

**Janne Koski**

**YRITYKSEN PERUSTAMINEN JA LIKETOIMINTA-  
SUUNNITELMA**

**Case Toiminimi Janne Koski**

**Opinnäytetyö  
CENTRIA AMMATTIKORKEAKOULU  
Liiketalouden koulutusohjelma  
Kesäkuu 2013**

**TIIVISTELMÄ OPINNÄYTETYÖSTÄ**

<b>Yksikkö</b> Ylivieska	<b>Aika</b> Kesäkuu 2013	<b>Tekijä/tekijät</b> Janne Koski
<b>Koulutusohjelma</b> Liiketalous		
<b>Työn nimi</b> YRITYKSEN PERUSTAMINEN JA LIIKETOIMINTASUUNNITELMA Case Toiminimi Janne Koski		
<b>Työn ohjaaja</b> Markku Lahtela		<b>Sivumäärä</b> 73
<b>Työelämäohjaaja</b>		
<p>Janne Koski on ylivieskalainen taiteilija, joka on aloittanut serigrafian teon vuonna 2000. Hänen aikomuksenaan on perustaa taiteensa myyntiin ja taideopetukseen keskittyvä yritys.</p> <p>Tämän opinnäytetyön aiheena oli tarkastella yrityksen perustamiseen liittyviä toimia ja tehdä liiketoimintasuunnitelma serigrafiatuotteita ja -palveluita tarjoavalle, perustettavalle yritykselle. Tavoitteena oli selvittää, mitä yritystoiminnan perustaminen vaatii ja miten yritystoiminnasta saadaan kannattavaa.</p> <p>Teoriaosuudessa käsiteltiin yrityksen perustamista prosessina ja liiketoimintasuunnitelman tekoa. Muita käsiteltäviä aiheita olivat yrittäjyys Suomessa sekä yrittäjän motivaatio ja jaksaminen. Teoriakäsitteitä pohdittiin myös tulevan yrityksen ja yrittäjän näkökulmasta.</p> <p>Kehittämistehtävänä oli luoda valmis liiketoimintasuunnitelma. Liiketoimintasuunnitelma antaa hyvän perustan aloittavalle yritykselle. Ennen yrityksen perustamista yrittäjän tulee tehdä markkinointitutkimus.</p>		

**Asiasanat**

Liiketoimintasuunnitelmat, markkinointi, markkinointiviestintä, serigrafia, yrittäjyys, yritysstrategiat, yritystoiminta

## ABSTRACT

<b>CENTRIA UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES</b>	<b>Date</b> June 2013	<b>Author</b> Janne Koski
<b>Degree programme</b> Business Administration		
<b>Name of thesis</b> SETTING UP A COMPANY AND A BUSINESS PLAN Case Toiminimi Janne Koski		
<b>Instructor</b> Markku Lahtela		<b>Pages</b> 73
<b>Supervisor</b>		
<p>Janne Koski is an artist from Ylivieska who started to make serigraphy in 2000. His intention is to set up a company which sells his own art and teaches serigraphy.</p> <p>The subject of this thesis was to explore actions related to setting up a company and to make a business plan for a start-up company providing serigraphy products and services. The target of this thesis was to find out what establishing a business demands and how to make a business lucrative.</p> <p>The central theme of the theoretical part was the process of establishing a company and how to make a business plan. Other themes were entrepreneurship in Finland and motivation and coping of an entrepreneur. Theoretical concepts were also considered from the company's and entrepreneur's perspectives.</p> <p>The practical part of this thesis was to make a finished business plan. The business plan is a good base for a start-up company. The entrepreneur has to carry out marketing research before starting a business.</p>		

### Key words

Business plan, company strategy, entrepreneurship, enterprise, marketing, marketing communications, serigraphy

**TIIVISTELMÄ**  
**ABSTRACT**  
**SISÄLLYS**

<b>1 JOHDANTO</b>	<b>1</b>
1.1 Opinnäytetyön tavoitteet, rajausta ja kehittämistehtävä	1
1.2 Tietoperusta	2
1.3 Serigrafia eli silkkipaino	3
<b>2 YRITTÄJYYS</b>	<b>4</b>
2.1 Yritystoiminta Suomessa	6
2.2 Motivaatio yritystoiminnassa	8
2.3 Yrittäjän jaksaminen	11
2.4 Omat edellytykseni yrittäjänä	12
<b>3 LIIKETOIMINTASUUNNITELMA</b>	<b>14</b>
3.1 Strateginen suunnittelu	14
3.1.1 Toiminta-ajatus	14
3.1.2 Liikeidea	15
3.1.3 Strategia	16
3.1.4 Visio	17
3.2 Tuotteistaminen	17
3.3 Tuotteet ja palvelut	18
3.4 Tuotteen ja palvelun hinnoittelu	18
3.5 Palveluympäristö	19
3.6 Logistiikka	20
3.7 Asiakassegmentointi	20
3.8 Kilpailijat	21
3.9 Kilpailutilanne	21
3.10 Verkostoituminen	22
3.11 Rahoitus- ja kannattavuuslaskelma	22
3.12 Riskien hallinta	24
3.13 SWOT-analyysi	25
<b>4 MARKKINOINTISUUNNITELMA</b>	<b>27</b>
4.1 Tuote kilpailukeinona	28
4.2 Hinta kilpailukeinona	29
4.3 Henkilöstö kilpailukeinona	31
4.4 Asiakaspalvelu kilpailukeinona	34
4.5 Myyntityö	36
4.6 Suoramainonta	39
4.7 Media	40
4.8 Sosiaalinen media	41
4.8.1 Facebook	42
4.8.2 Blogi	43
4.9 Verkkokauppa	43

<b>5 YRITYKSEN PERUSTAMINEN PROSESSINA</b>	<b>45</b>
5.1 Yritysidea	45
5.2 Yhtiökumppaneiden valinta	45
5.3 Rekrytointi	46
5.4 Yritysmuodot	49
5.4.1 Yksityinen elinkeinonharjoittaja	50
5.4.2 Avoin yhtiö	51
5.4.3 Kommandiittiyhtiö	52
5.4.4 Osakeyhtiö	52
5.4.5 Osuuskunta	53
5.5 Pankkitilin avaaminen ja laskutus	54
5.6 Verotus ja vakuutukset	55
5.6.1 Arvonlisävero	56
5.6.2 Ennakkovero	57
5.6.3 Yrittäjän eläkevakuutus	58
5.6.4 Vapaaehtoiset vakuutukset	59
5.6.5 Työhuonevähennys	60
5.7 Kirjanpito	60
5.8 Rahoitus	62
5.8.1 Starttiraha	62
5.8.2 Yrityksen kehittämisavustus	63
5.8.3 Pankkilaina	63
5.8.4 Finnvera	64
5.8.5 Leasing- ja investointirahoitussopimus	64
5.9 Perustamisasiakirjat	65
5.9.1 Perustamisilmoitus	65
5.9.2 Y-tunnus	66
<b>6 YHTEENVETO JA POHDINTA</b>	<b>67</b>
<b>LÄHTEET</b>	<b>71</b>

## **KUVIOT**

KUVIO 1. Tietoperusta	2
KUVIO 2. Yrittäjyyden ja yritystoiminnan lähtökohdat	5
KUVIO 3. Liiketoiminnan suunnittelun ja talouslaskelmien välinen yhteys	23
KUVIO 4. Tuote ja tarjooma kilpailukeinona	28
KUVIO 5. Tuotteen hinnoitteluun vaikuttavat tekijät	30
KUVIO 6. Yrityksen henkilöstö kilpailukeinona	32
KUVIO 7. Asiakaspalvelukonseptin suunnittelun osat	35
KUVIO 8. Myyntimenestykseen vaikuttavat tekijät	36
KUVIO 9. Myyntiprosessin taustatekijät ja päävaiheet	37
KUVIO 10. Suoramarkkinoinnin muodot	39

## **TAULUKOT**

TAULUKKO 1. Toiminimi Janne Kosken investointilaskelma	24
TAULUKKO 2. Toiminimi Janne Kosken SWOT-analyysi	26
TAULUKKO 3. Työsuhteen ja ei-työsuhteen edut ja haitat	49
TAULUKKO 4. Toiminimi Janne Kosken liiketoimintasuunnitelma	69

## **1 JOHDANTO**

Opinnäytetyön aiheena on tarkastella yrityksen perustamiseen liittyviä toimia ja tehdä liiketoimintasuunnitelma. Olen harrastanut serigrafiaa eli silkkipainoa yli kymmenen vuotta ja haaveenani on perustaa taiteeni myyntiin ja taideopetukseen keskittyvä yritys. Työllistymistilanne nykypäivänä on heikohko, ja oman yrityksen perustaminen ainakin sivutoimisenä yrittäjänä on varteenotettava vaihtoehto. Tekemällä aiheesta opinnäytetyön aiheeseen tulee perehdyttyä kunnolla, ja saan arvokasta tietoa yrityksen perustamisesta.

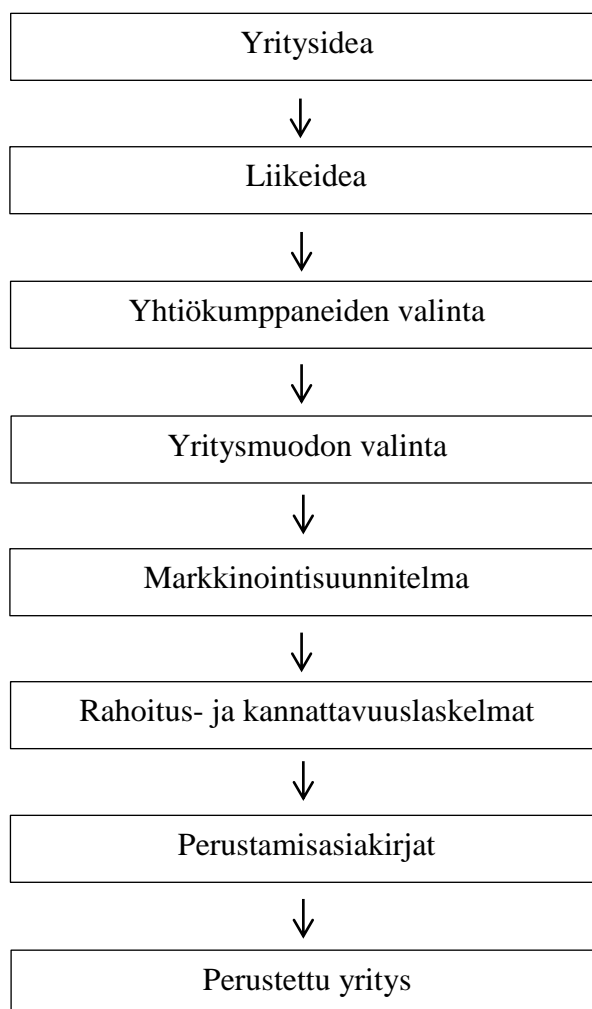
### **1.1 Opinnäytetyön tavoitteet, rajausta ja kehittämistehtävä**

Opinnäytetyön tavoitteena on selvittää, mitä yritystoiminnan aloittaminen vaatii ja miten toiminnastani saataisiin kannattavaa. Olen rajannut työni koskemaan pääsääntöisesti yksityisen elinkeinonharjoittajan toimia. Kehittämistehtävänä on laatia perustettavan yrityksen liiketoimintasuunnitelma kvalitatiivisella eli laadullisella tutkimusmenetelmällä. Koska tuloksia sovelletaan käytäntöön, sopii kvalitatiivinen tapaustutkimusstrategia tämän opinnäytetyön tutkimusmenetelmäksi.

Opinnäytetyö jakaantuu kuuteen eri lukuun, joissa teoriaosuuksien rinnalla esitän omia ajatuksiani ja pohdintojani tulevan yritystoimintani suhteen. Ensimmäisessä luvussa johdattan lukijan aiheeseen ja esittelen serigrafian taidemuotona. Toinen luku käsittelee yrittäjyyttä Suomessa sekä yrittäjän motivaatiota ja jaksamista. Liiketoimintasuunnitelmaa käsitellään luvuissa kolme ja neljä, joista jälkimmäinen keskittyy markkinointisuunnitelmaan. Siinä käydään läpi eri kilpailukeinot ja myyntitoiminta. Viidennessä luvussa perehdytään yrityksen perustamiseen prosessina. Viimeinen luku kokoaa yhteen koko opinnäytetyön sisältäen tiivistettynä liiketoimintasuunnitelman ja oman pohdintani työstä ja sen tekemisestä.

## 1.2 Tietoperusta

Kuviossa 1 on esitetty opinnäytetyön tietoperusta, eli yrityksen perustamisen keskeiset vaiheet. Kaikki vaiheet liittyvät toimivan liiketoimintasuunnitelman tekoon.



KUVIO 1. Tietoperusta

Yrityksen perustaminen lähtee yritysideasta, joka kertoo, mihin yrityksen olemassaolo perustuu. Yritysidea voi olla esimerkiksi tuote tai palvelu, josta jalostetaan liikeidea. Liikeidea vastaa kysymyksiin mitä, kenelle ja miten. Liikeideaan kuuluvat tuotteet, palvelut, asiakkaat, imago, tapa toimia sekä voimavarat. Kun liikeidea on hahmoteltu, pitää miettiä, toimiiko yrityksessä yksin vai ottaako mukaan yhtiökumppaneita. Tämä osaltaan vaikuttaa yritysmuodon valintaan. Markkinointisuunnitelma keskittyy markkinointiviestintään kertoen yrityksen kilpailukeinot ja niiden toteutuksen. Rahoitus- ja kannattavuuslaskelmat anta-



vat lisäarvon yrityksen kannattavuutta mitattaessa. Lopuksi tehdään perustamisasiakirjat ja perustetaan yritys.

### 1.3 Serigrafia eli silkkipaino

Silkkipainomenetelmästä käytetään taidegrafiikassa nimitystä serigrafia. Nimi tulee kreikkankielisistä sanoista ser eli silkki ja grafia eli kirjoittaa. Silkkipainomenetelmä on tuhansia vuosia vanha ja lähtöisin Kiinasta ja Japanista, missä sitä käytettiin esimerkiksi juhla-vaatteiden ja seinien koristelussa. Vaikka silkkipaino onkin iältään vanha menetelmä, taidegrafiikkana sitä on sovellettu vasta 1900-luvulla. Suomalaisia uranuurtajia 1950-luvulta ovat Tuulikki Pietilä sekä Matti Petäjä. Maailmalla tunnettuja serigraafikkoja ovat Andy Warhol, Roy Lichtenstein, Jim Dine sekä Joe Tilson. (Kanerva & Koskela 1979, 11.)

Kanervan ja Koskelan (1979, 10) mukaan serigrafia taidemuotona eroaa huomattavasti niin sanotuista perinteisistä taidegrafiikan menetelmistä niin teknisesti kuin painojäljeltäänkin. Puukehyksiseen seulaan pingotetaan painokangas, johon joko valottamalla tai lakkaamalla tehdään painoväriä läpäisevä kuva-aihe. Painoväri vedetään raakelilla eli kumilastalla seulakankaan läpi alla olevaan paperiin, jolloin väri läpäisee seulan vain kuva-aiheen kohdalta toistaen tarkasti kuvion jokaisella painokerralla. Jokaista väriä kohden tarvitaan oma painokertansa ja kuviot kohdistetaan halutuksi kokonaisuudeksi etukäteen tehdyn suunnitelman mukaisesti. (Kanerva & Koskela 1979, 10.)

Itse olen aloittanut serigrafian teon vuonna 2000 äitini taiteilija Lena Kosken vetämällä Ylivieskan kansalaisopiston serigrafiakurssilla. Nykyään teen taidetta omatoimisesti, mutta osallistun edelleen kursseille sekä kurssilaisten yhteisnäyttelyihin. Olen pitänyt myös useita yksityisnäyttelyitä. Ideat töihini saan pääsääntöisesti jokakesäisiltä matkoilta Lapin kuttamaille sekä soutuareenilta Saimaan saaristossa. Piirrän lyijykynällä ensin aiheet paperille. Luomuksesta otetaan valokopio kalvolle, joka valotetaan seulalle painamista varten. Käytän töissäni runsaasti myös niin sanottua lakkausmenetelmää, jolloin painojäljestä saadaan hyvin maalauksellinen.

## 2 YRITTÄJYYS

Viitalan ja Jylhän (2011, 388) mukaan yrittäjyys on yrittäjähänkeä, johon liitetään muun muassa vastuun kantaminen, aloitekyky, itsenäisyys ja työhalu. Myös tarmokkuus, rohkeus ja menestymisenhalu kuvaavat yrittäjyyttä. Käsitteellä viitataan usein nimenomaan yrittäjänä toimimiseen (Viitala & Jylhä 2011, 388.)

Yrittäjän eläkelaki tarkoittaa yrittäjällä henkilöä, joka tekee ansiotyötä olematta työsuhhteessa tai virka- tai muussa julkisoikeudellisessa toimisuhteessa. Yrittäjänä pidetään avoimen yhtiön yhtiömiestä tai muun yhteisön tai yhtymän sellaista osakasta tai yhtiömiestä, joka on henkilökohtaisessa vastuussa yhteisön tai yhtymän velvoitteista ja sitoumuksista. Osakeyhtiössä tai muussa yhteisössä johtavassa asemassa työskentelevää pidetään yrittäjänä, jos hän

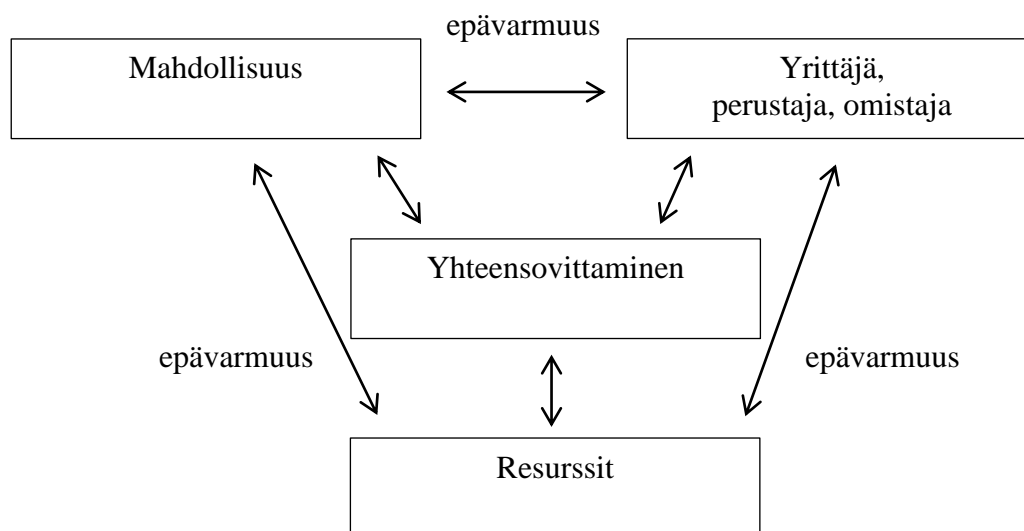
- omistaa yksin yli 30 prosenttia yhtiön osakepääomasta tai hänellä on yksin yli 30 prosenttia yhtiön osakkeiden tuottamasta äänimäärästä
- omistaa yhdessä perheenjäsentensä kanssa yli 50 prosenttia yhtiön osakepääomasta tai heillä on yhdessä yli 50 prosenttia yhtiön osakkeiden tuottamasta äänimäärästä. (Yrittäjäeläkelaki 21.12.2010/1190.)

Johtavalla asemalla tarkoitetaan toimitusjohtajuutta, hallituksen jäsenyyttä tai muuta vastaavaa asemaa tai vastaavaa tosiasiallista määräämisvaltaa osakeyhtiössä tai muussa yhteisössä. Perheenjäseneksi katsotaan osakeyhtiössä tai muussa yhteisössä johtavassa asemassa työskentelevän henkilön avio- tai avopuoliso sekä henkilö, joka on osakeyhtiössä tai muussa yhteisössä johtavassa asemassa työskentelevälle henkilölle sukua suoraan ylenevässä tai alenevassa polvessa ja asuu hänen kanssaan samassa taloudessa. (Yrittäjäeläkelaki 21.12.2010 /1190.)

Omistusosuutta laskettaessa otetaan huomioon myös välillinen, toisten yhteisöjen tai yhtymien kautta tapahtuva omistaminen, jos osakeyhtiössä tai muussa yhteisössä johtavassa asemassa työskentelevä henkilö yksin tai yhdessä perheenjäsentensä kanssa omistaa sanotusta toisesta yhteisöstä tai yhtymästä yli 50 prosenttia tai heillä on tätä vastaava määräämisvalta (Yrittäjäeläkelaki 21.12.2010/1190).

Yrittäjänä pidetään myös henkilöä, joka tosiasiallisesti harjoittaa yritystoimintaa, vaikka toimintaa muodollisesti harjoitettaisiin toisen henkilön nimissä taikka sellaisessa yhteisössä tai yhtymässä, jossa määräämisvalta on muodollisesti toisen henkilön nimissä (Yrittäjäeläkelaki 21.12.2010/1190).

Kuviossa 2 on kuvattu yrittäjyyden ja yhteistoiminnan lähtökohtia. Viitalan ja Jylhän (2011, 25) mukaan yritystoimintaan liitetään usein käsitteet mahdollisuus, yrittäjä ja resurssit. Yrittäjällä täytyy olla kyky havaita toimintaympäristön mahdollisuudet ja tarttua niihin. Hän tarvitsee mahdollisuuksien toteuttamiseen riittävät resurssit. Toisaalta hyvätkään resurssit eivät riitä, jos yrittäjän motivaatio on heikko tai idea on lähtökohtaisesti huono. (Viitala & Jylhä 2011, 24–25.)



KUVIO 2. Yrittäjyyden ja yritystoiminnan lähtökohdat (Viitala & Jylhä 2011, 25)

Holopaisen (2013, 13) mukaan yrityksen perustamisen lähtökohtana on halu ja tahto toimia yrittäjänä. Hän painottaa, että yrittäjäksi ryhtyminen on huolella harkittava ja kypsyteltävä tietoinen valinta, jossa on punnittava eri vaihtoehtoja. On myös mietittävä omaa soveltuvuutta riskien ottamiseen ja itsenäiseen toimintaan. (Holopainen 2013, 12.)

Passila (2009, 13–15) korostaa yrittäjän mahdollisuutta tehdä asiat toisin käyttäen täysin omaa potentiaaliaan. Yrittäjä voi tehdä sitä, mistä pitää, ja usein yritysideoit tulevatkin harrastusten ja kiinnostusten parista. Varsinkin yksinyrittäjän on oltava monitaituri, joka hallitsee koko yritystoiminnan kentän. Yrittäjän päivät voivat olla hyvin erilaisia ja pitkiä

iloineen ja suruineen sekä monesti vaikeasti ennustettavia. Aloittavissa yrityksissä voi olla vaikeuksia vastata taloudellisista velvoitteista, eikä yrittäjä välttämättä pysty nostamaan itselleen edes palkkaa alkuvaiheessa. Riskit, kuten omaisuuden menettäminen ja konkurssi, ovat vaarana. Toisaalta yrittäjällä on mahdollisuus omaan vapauteen ja ehkä jopa parempiin tuloihin. (Passila 2009, 13–15.)

Mielestäni työllisyystilanne nykypäivän Suomessa on sellainen, että vakituista työtä on yhä vaikeampi saada. Yrittäjyys voi mahdollistaa työllistymisen, joka ei ehkä muuten olisi mahdollista. Kannattaa tarkoin miettiä, olisiko yrittäjyys pää- vai sivutoimista. Sivutoimisella yrittäjällä olisi turvana mahdollinen palkkatyö, vaikka se olisikin määräaikainen. Työ- ja elinkeinotoimisto painottaa, että päätoimisella yrittäjällä ei ole lainkaan oikeutta työttömyysetuuteen, kun taas sivutoimisen yrittäjän osalta etuuden maksaja huomioi yritystoiminnan tulot ja maksaa työttömyysetuuden soviteltuna (Työ- ja elinkeinotoimisto).

Ansioturvan saamisen työvoimapolitiittisia edellytyksiä uudistettiin 1.1.2013 alkaen lakimuutoksella EV 154/2012. Työttömyysetuutta voidaan maksaa, jos yritystoiminta on lopetettu. Etuutta voidaan maksaa myös tietyin edellytyksin yritystoiminnassa työllistyneelle henkilölle, joka ei enää työskentele yrityksessä. Yrittäjien työttömyysturvaa koskevat muutokset liittyvät hallituksen ohjelmaan selkeyttää liiketoiminnan keskeytymismahdollisuutta. Tavoitteena on poistaa yrittäjien ja palkansaajien sosiaaliturvan eroja. (Ammatinharjoittajien ja yrittäjien työttömyyskassa.)

## 2.1 Yritystoiminta Suomessa

Tilastokeskuksen yritys- ja toimipaikkarekisteri YTR:n tilastojen mukaan Suomessa oli vuoden 2010 lopussa reilut 262 500 yritystä pois lukien alkutuotannon (maa-, metsä- ja kalatalous) toimialat. Yritysten määrä väheni ensimmäistä kertaa vuoden 1994 jälkeen. Syynä olivat vuosikymmenen lopun finanssikriisin jälkivaikutukset ja yleinen taloudellinen epävarmuus. Vähennys oli noin puoli prosenttia edellisestä vuodesta, tosin YTR:n yrityskannan kasvu ennakoi yritysten määrän lähteneen jälleen nousuun vuonna 2011. Patentti- ja rekisterihallituksen ylläpitämän kaupparekisterin mukaan Suomessa oli vuoden 2011 lopussa noin 463 800 yritystä. Määrä on noin neljä prosenttia enemmän kuin vuotta aiemmin. Yrityksiin on laskettu yksityiset toiminimet, avoimet yhtiöt, kommandiittiyhtiöt, osa-

keyhtiöt pois lukien asunto-osakeyhtiöt sekä osuuskunnat. Osa kaupparekisterissä olevista yrityksistä ei kuitenkaan ollut vielä edes aloittanut toimintaansa ja osa oli joko lopettanut tai keskeyttänyt toimintansa. (Yrittäjyyskatsaus 2012, 9–11.)

Tilastokeskuksen työvoimatutkimuksen mukaan Suomessa oli 255 000 yrittäjää vuonna 2011 pois lukien alkutuotannon toimialat sekä avustavat yrittäjäperheenjäsenet. Määrä nousi noin 7 000 henkilöllä edellisestä vuodesta ollen nyt suurempi kuin koskaan ennen. Yksinyrittäjiä kaikista yrittäjistä oli noin 63 prosenttia, eli työnantajina toimivia yrittäjiä oli vain 37 prosenttia. Työllisestä työvoimasta yrittäjät muodostivat 10,3 prosenttia. Alkutuo-  
tannossa yrittäjien määrä taas on jatkanut laskuaan. (Yrittäjyyskatsaus 2012, 118–120.)

Vuonna 2011 kaupparekisteriin tehtiin 32 180 uuden yrityksen perustamisilmoitusta, mikä oli noin kaksisataa ilmoitusta vähemmän kuin edellisenä vuonna. Eniten kasvoi yksityisten toiminimien määrä, jotka on jaettu ammatin- ja liikkeenharjoittajiin. Ammatinharjoittajat toimivat yleensä ilman ulkopuolista työvoimaa, kun taas liikkeenharjoittajilla voi olla vierasta työvoimaa palveluksessaan. Ammatinharjoittajalla liiketoimintaan sitoutunut pääoma on myös yleensä pienempi kuin liikkeenharjoittajalla. Osakeyhtiöiden määrä lisääntyi melkein yhtä paljon kuin toiminimien määrä, kun taas avoimien yhtiöiden ja kommandiittiyhtiöiden määrä on laskenut jatkuvasti 2000-luvulla. (Yrittäjyyskatsaus 2012, 11.)

Yrittäjien keski-ikä on palkansaajia korkeampi. Syynä tähän ovat yrittäjyyden edellyttämä ammatillinen osaaminen, laaja ja monipuolinen työkokemus, johtamistaitojen hallinta sekä taloudellisten voimavarojen tarve. Yli 50 prosenttia yrittäjistä on 35-54 -vuotiaita. Tilastokeskuksen yritys- ja toimipaikkarekisteri YTR:n mukaan vuonna 2008 vain joka viidestoista yrittäjä oli alle 30-vuotias, kun taas joka neljäs oli yli 55-vuotias. Työvoimatutkimuksen mukaan alle 35-vuotiaiden yrittäjien osuus on kuitenkin lisääntymässä, koska kiinnostus yrittäjyyteen, vaurastumiseen ja haluun kokeilla yrittäjänvapautta on lisääntynyt. Yrittäjät jatkavat työelämässä pitempään kuin palkansaajat ja yli 74-vuotiaiden yrittäjien määrä onkin nousussa. Syitä pitempiin työuriin voivat olla yrittäjyys elämäntapana tai riittämätön eläkekertymä, sillä eläkkeiden pohjana olevat yrittäjien YEL-maksut ovat usein alimitoitettuja. Eläketurvakeskuksen tilastojen mukaan YEL-maksujen pohjana oleva yrittäjien vahvistettu työtulo oli keskimäärin vain 21 450 euroa vuonna 2011. (Yrittäjyyskatsaus 2012, 121–122.)

Suomessa on yrittäjien koulutustaso yleisesti alempi kuin palkansaajilla, sillä yrittäjiksi on ryhdytty usein ammattikoulu- tai yleissivistävältä tasolta tai jopa ilman ammattikoulutusta. Tämä ei kuitenkaan tarkoita ammattitaidottomuutta, sillä tarvittava ammattitaito on hankittu työelämässä. Työvoimatutkimuksen mukaan yrittäjien koulutustaso on noussut vuodesta 1997, jolloin noin kolmanneksella ei ollut perusasteen jälkeistä ammatillista tai muuta koulutusta. Vuonna 2010 tämä osuus oli enää alle viidennes. Yrittäjien ja palkansaajien koulutuserot ovat siis kaventuneet. Suurimpana syynä tähän on kouluttamattomien yrittäjien eläköityminen. Työllisyystilastot eivät kuitenkaan tunnista kaikkia yhtiömuotoisissa yrityksissä työskenteleviä yrittäjiä, joiden koulutustaso voi olla paljonkin keskitasoa korkeampi. Esimerkiksi jos akateemisen koulutuksen saanut yrittäjä työskentelee osaamista vaativalla toimialalla osakeyhtiömuotoisessa tiimiyrityksessä, josta hän ei omista itse tai perheensä kautta vähintään puolta yrityksestä, hän tilastoituu palkansaajaksi. (Yrittäjyyskatsaus 2012, 127.)

## 2.2 Motivaatio yritystoiminnassa

Menestyksekkään toiminnan takana ovat motivoituneet työntekijät ja johtajat, jotka haluavat tehdä työnsä laadukkaasti. Motivoinnin haasteena on, että jokaisella ihmisellä on omat motivointitekijät kuten työn mielekkyys, taloudelliseen menestyksen tavoittelu tai kilpaileminen eri asioissa. Motivaatiotekijät voidaan jakaa karkeasti kahteen toisiinsa vaikuttavaan kategoriaan, ulkoisiin ja sisäisiin motivaatiotekijöihin. Tämä jako perustuu Herzbergin, Mausnerin ja Snydermanin 1950-luvulla tekemiin tutkimuksiin. (Hokkanen, Mäkelä & Taatila 2008, 34.)

Ulkoiset motivaatiotekijät vaikuttavat työntekijän toimintaan ulkoapäin kuten palkka. Työntekijä voi tehdä epämieluisaakin työtä hyvän palkan tai palkkion vuoksi. Sisäinen motivaatio tarkoittaa, että työntekijä on kiinnostunut jostakin asiasta omaehtoisesti ilman ulkoisia palkkioita. Työntekijä tekee työtään täyttääkseen omia tarpeitaan, joilla toteuttaa itseään. Siinä on kyse henkisestä kasvusta, kehittymisestä ja aidosta kiinnostuksesta aiheeseen. Sisäiseen motivaatioon vaikuttavat esimerkiksi työntekijän arvot ja asenteet, mielenkiinnon kohteet ja harrastukset sekä työympäristö sisältäen toimenkuvan, työkaverit sekä työskentelyolosuhteet. Sisäistä motivaatiota pidetäänkin paljon parempana motivointitekinä kuin ulkoista motivaatiota. Paras motivoinnin lähde on, jos työntekijällä on jokin si-

säinen unelma tai toive, jonka eteen hän on valmis tekemään kaikkensa. (Hokkanen ym. 2008, 34–35.)

Erilaiset motivaatioteoriat auttavat luomaan oman motivaatiomallin yhdistelemällä eri teorioita käytäntöön. Lämsä ja Päivike (2010, 82) esittelevät Maslowin vuonna 1954 luoman tarvehierarkian, joka ryhmittelee ihmisen perustarpeet viiteen luokkaan.

Maslowin tarvehierarkia:

1. Fysiologiset tarpeet (nälkä, jano, uni, lämpö, vaatetus, suoja, seksuaaliset ja muut tarpeet)
2. Turvallisuuden tarpeet (varmuus ja suojautuminen fyysisiltä ja tunne-elämän haitoilta, sekä vaaran välttäminen)
3. Sosiaaliset tarpeet (hyväksyntä, ystävyys, rakkaus, välittäminen, yhteenkuuluvuuden tunne, sekä tarve toimia ryhmässä)
4. Arvostuksen tarve (itsekunnioitus, kiitoksen saaminen, tunnustus, asema, saavutukset sekä muiden antama arvostus ja kunnioitus)
5. Itsensä toteuttamisen tarve (omat saavutukset, henkinen kasvu ja kehittyminen, luovuus sekä tiedon määrän lisääntyminen)

Maslowin tarvehierarkia työelämässä:

1. Fysiologiset tarpeet (Työpaikalla terveydenhuolto, ruokailu, liikunta, lepotauot sekä palautuminen)
2. Turvallisuuden tarpeet (Työpaikalla varma työsuhde, hyvä työturvallisuus ja ergonomia sekä palkkaus)
3. Sosiaaliset tarpeet (Työpaikalla ryhmät, tiimit, me-henki sekä hyvä esimies-alainen-suhde)
4. Arvostuksen tarve (Työpaikalla tavoitteet ja niiden saavuttamisen arviointi, palautteikäytännöt, palkitseminen sekä kehityskeskustelut)
5. Itsensä toteuttamisen tarve (Työpaikalla urakehitys, työnilo, tunne oman työn osaamisesta sekä sitoutuminen työhön) (Lämsä & Päivike 2010, 82.)

Maslowin teoriaa on kritisoitu paljon, sillä hänen luomastaan tarpeiden tärkeysjärjestyksestä kiistellään. Voimakas yksilön korostus on myös saanut kritiikkiä, mutta silti Maslowin teoriaa käytetään paljon työelämässä, vaikkei Maslow teoriaansa työelämän käyttöön alun perin tarkoittanutkaan. Työelämän muuttuessa ja kehittyessä syntyy paljon uusia tarpeita, joten tarvehierarkia ei koskaan ole pysyvä. Se vaihtelee tilanteen, olosuhteiden ja yksilön

elämäntilanteen mukaan. Useimmiten alemmat tasot tarveportaikossa ovat tyydytetty, joten kiinnostus kohdistuu ylempiin tasoihin, kuten palkitsemiseen ja urakehitykseen. (Lämsä & Päivike 2010, 83.)

Herzberg käsittelee vuonna 1966 kehittelemässään kaksifaktoriteoriassa läheisemmin motivaatiota työn yhteydessä kuin Maslow. Hän erittelee ne tarpeet, jotka voidaan tyydyttää hyvällä työsuorituksella. Kaksifaktoriteoria määrittelee kaksi työn perusolottuvuutta, työn ulkoiset olosuhteet eli hygienia-tekijät ja työn itse eli motivaatiotekijät. (Viitala 2004, 156.)

Työn ulkoiset olosuhteet eli hygienia-tekijät eivät sinänsä tuota hyvää suoritusta, vaan poistavat työsuorituksen esteitä ja tyytymättömyyttä. Näitä tekijöitä ovat esimerkiksi esimies-alaisuudet, status, työyhteisön ilmapiiri, menettelytavat ja hallinto, palkkausjärjestelmä, työpaikan varmuus, siisteys ja turvallisuus sekä työpaikan ihmissuhteet. Vaikkei hygienia-tekijät motivoi parempaan työsuoritukseen, huonosti hoidettuna ne hiertävät kovastikin työyhteisöä. (Viitala 2004, 156.)

Työ itse eli motivaatiotekijät ovat työnsisältö itsessään, työssä koetut saavutukset, saatu tunnustus, kokemus vastuusta, tunne oppimisesta ja kasvamisesta sekä uralla etenemisen mahdollisuudet. Edellä mainitut tekijät tuovat työntekijälle saavuttamisen riemua, innostavia haasteita, tyydytystä ja onnistumista sekä arvostusta ja kiitosta. Parhaimmillaan työ mahdollistaa työntekijän kehityksen ja sisäisen kasvun. Motivaatiotekijät ratkaisevat, pyrkiikö työntekijä työssään hyvään suoritukseen vai ylittääkö hän vain niukasti ”riman”. Jos työ on rutiininomaista, motivoimatonta ja sisällöllisesti köyhää, ylemmän tason tarpeet joudutaan tyydyttämään jossain työpaikan ulkopuolella. (Viitala 2004, 156–157.)

Hokkanen, Mäkelä ja Taatila (2008, 36–37) muistuttavat, että motivaatio muuttuu uran aikana. Normaalisti työntekijä on motivoitunut uudessa työpaikassaan, jolloin johdon tavoitteena on pikemminkin pitää hyvää motivaatiota yllä kuin pyrkiä keinotekoisesti sitä lisäämään. Motivaation kehittymisen ongelmana on, että se saattaa heikentyä hyvinkin nopeasti. Periaatteessa jo yksikin tapahtuma voi romahduttaa motivaation, jos esimerkiksi työntekijän itsetunto on hyvin heikko ja esimies kerran antaa hänelle julkisesti negatiivista palautetta. Motivaatio voi heikentyä pitkäksi aikaa, joten kannattaa muistaa, että motivaatio on jatkuvaa kokonaisvaltaista toimintaa, jossa yksikin virhe voi romuttaa sen. (Hokkanen ym. 2008, 36–37.)



McClellandin suoritusmotivaatioteoria vuodelta 1967 esittää, kuinka suoritusmotivaatio vaihtelee voimakkaasti eri ihmisten välillä. Korkean suoritustarpeen omaava henkilö kuten usein yrittäjä nauttii tilanteesta, kun

- henkilökohtaisilla ponnisteluilla voi vaikuttaa menestykseen
- tehtävät ovat hyvin vaikeita
- menestystä voi mitata
- menestyksestä saa selkeän palautteen
- luovuudelle on tilaa
- toiminnassa voi suuntautua tulevaisuuteen.

Kilduff ja Baker vuonna 1986 väittivät, että vain noin kymmenen prosenttia ihmisistä kuuluu näiden korkean suoritusmotivaation omaavien henkilöiden joukkoon. McClelland taas uskoo, että suoritusmotivaatiota voidaan vahvistaa koulutuksella sekä tehtävien haasteellisuutta lisäämällä. Näiden ”sisäisten yrittäjien” arvostuksissa palkka ei toimi niinkään motivaattorina vaan enemmänkin palautteena tehdystä työstä. (Viitala 2004, 157.)

Lukuisat esitetyt motivaatioteoriat herättävät paljon ajatuksia omaa tulevaa yritystoimintaani ja yrittäjyyteen motivoivia tekijöitä pohtiessani. Työelämään liittyvien motivaatioteorioiden tunteminen ja tunnistaminen on varmasti eduksi kaikissa tulevissa työtehtävissä, toimipa sitten työntekijänä, esimiehenä tai yrittäjänä. Koska työn tekeminen vie usein suuren osan käytettävissä olevasta ajastamme, nousee työn motivoivuus ja työssä viihtyminen suureen rooliin jo yleisen hyvinvoinninkin kannalta.

Oman yritystoimintani idea ja lähtökohta on motivaation syntymisen ja ylläpysymisen kannalta mitä parhain, sillä serigrafian tekeminen on minulle suorastaan intohimo. Näin ollen ennen kaikkea sisäiset motivaatiotekijät hallitsevat motivoitumistani yrittäjyyden kynnyksellä. Koen olevani erittäin motivoitunut ja innostunut yritysideoini kehittelystä sekä alkavan liiketoiminnan suunnittelusta ja käynnistämisestä tiedostaen samalla yritystoiminnan haasteet ja riskit motivaation kannalta.

### **2.3 Yrittäjän jaksaminen**

Iloniemen (2009a, 387, 392–393) mukaan menestyvän yrittäjän täytyy pitää huolta myös omasta jaksamisestaan. Pitää olla terveellä tavalla itsekäs, jotta voi vahvistaa omaa henkis-

tä hyvinvointiaan. Yrittäjän työkyky ja elämänhallinta heijastuvat suoraan koko yrityksen toimintaan. Tulee aikoja jolloin motivaatio heikkenee ja väsymys painaa. Tällöin armollisuus itseään kohtaan on tarpeen. Pitää antaa tarpeeksi aikaa itselleen ja harrastuksilleen. Vapaa-ajan sovittaminen yritystoimintaan on haasteellista, sillä keskiverto yrittäjä tekee viidenneksen pitempää päivää palkansaajiin verrattuna ja vuodessa lomaa on vain noin kolme viikkoa. Pitää uskaltaa irtautua työstä, sulkea puhelin ja sähköposti sekä puhua jakamisesta avoimesti oman perheen ja ystävien kanssa. (Iloniemi 2009a, 387, 392–393)

Iloniemi (2009a, 393) painottaa, ettei kannata uhrata ihmissuhteita työlle, sillä kukaan ei onnistu yksin. Verkostoituminen muiden yrittäjien kanssa auttaa saamaan vertaistukea, sillä monesti toiset yrittäjät painivat samojen ongelmien kanssa. Myös työtehtävien delegointi ja vastuun jakaminen mahdollisten työntekijöiden ja yhteistyökumppaneiden kanssa helpottaa työtaakkaa. Monesti yrityksen pahin kehittymisen este on itsekäs yrittäjä, joka ei osaa sanoa ei töille, jotka joku muukin voisi hoitaa. (Iloniemi 2009a, 393.)

Pyykkö (2011, 47–51) korostaa myös ajan käytön tärkeyttä. Yksityinen elinkeinonharjoittaja joutuu olemaan yhtä aikaa niin sijoittaja, johtaja, myyjä kuin tekijäkin. Sijoittajan roolissa tulee laatia strategia kannattavaan liiketoimintaan, kun taas johtajana täytyy keksiä keinot strategian toteuttamiseen. Ajankäytön kannalta kannattaa muistaa 20-80 -sääntö, jossa 20 prosenttia asiakkaista tuo 80 prosenttia liikevaihdosta. Näin ollen voimavarat kannattaa kohdistaa juuri tähän 20 prosenttiin eli avainasiakkaisiin. (Pyykkö 2011, 47–51.)

## **2.4 Omat edellytykseni yrittäjänä**

Olen saanut arvokasta tietoa yritystoiminnasta tradenomiopintojeni aikana. Tietoni voin tuoda hyvin käytäntöön niin yrityksen perustamisvaiheessa kuin jatkossakin, esimerkiksi markkinoinnissa ja johtamisessa. Myös vankka työkokemukseni asiakaspalvelusta edesauttaa myyntiä.

Minulla on pitkä kokemus serigrafian teosta vuosien työn kautta, joten osaamiseni ja tietoni mahdollistaa erilaisten serigrafiakurssien pitämisen. Myös vuosien kokemus luokanopettajan tehtävistä on antanut pedagogisia taitoja, jotka edesauttavat kurssien vetämistä.

Taloudelliset lähtökohtani yritystoiminnalle ovat hyvät. Minulla on yksityisasuntoni piha-piirissä ulkorakennus, joka antaa erinomaiset puitteet yritystoiminnalle. Myös suurin osa kalustosta ja laitteista löytyvät omasta takaa kuten tietokone, tulostin ja auto. Vuosien mittaan tehdyt serigrafiat luovat hyvän pohjan tuotevalikoimaan. Tuotteeni ovat herättäneet paljon kiinnostusta ja olen tehnyt myös pienimuotoista kauppaa, joten minulta löytyy alustava asiakasrekisteri tulevaa yritystäni varten.

Internetissä on yrittäjätestejä, joiden avulla voi selvittää omia edellytyksiään yrittäjänä toimimiselle. Itse tein Finnveran ja Pohjois-Pohjanmaan Yes-keskuksen yrittäjätestit, joista jälkimmäinen keskittyi erityisesti yrittäjän luonteenpiirteiden selvittämiseen. Kumpikin testi vahvisti käsitystäni siitä, että minulla on mahdollisuudet onnistua ja menestyä yrittäjänä. Finnveran testin mukaan ennen kaikkea sivutoiminen yrittäjäyys sopii minulle. Yes-keskuksen testin luonneanalyysin tuloksista puolestaan tunnistin omia luonteenpiirteitäni (käytännöllinen, sosiaalinen, tarmokas, ulospäin suuntautunut, mielikuvituksellinen), jotka mielestäni edesauttavat yrittäjänä onnistumista. Erilaiset yrittäjätestit voivat mielestäni toimia mukavana lisänä tai ainakin ajatusten herättäjänä, kun harkitsee tai suunnittelee yrittäjäyyttä, joskaan mikään yksittäinen testi tuskin tekee tai on tekemättä kenestäkään yrittäjää.

### 3 LIIKETOIMINTASUUNNITELMA

Yritystoiminta alkaa toimintaan perustuvasta yritysideasta. Yritysideasta kehittyy liikeidea, joka hahmottaa yrityksen toiminnot kokonaisuutena. Liikeidea analysoidaan laatimalla liiketoimintasuunnitelma, joka on yritystoiminnan kehittämisessä välttämätöntä. Myös eri sidosryhmille kuten rahoittajille ja vakuutusyhtiölle liiketoimintasuunnitelma antaa hyvän kuvan aloittavasta yrityksestä. (Raatikainen 2012, 38–39.)

#### 3.1 Strateginen suunnittelu

Viitalan ja Jylhän (2011, 69–70) mukaan strategisella suunnittelulla tarkoitetaan yrityksen toimintaan liittyviä periaatteita. Näillä periaatteilla yritys aikoo menestyä asiakasmarkkinoilla ja selviytyä kilpailussa. Strateginen suunnittelu pitää sisällään toiminta-ajatuksen eli mission ja liikeidean. Strategiseen suunnitteluun kuuluu myös strategia, jonka mukaan yritys toimii sekä tulevaisuuteen tähtäävän vision. (Viitala & Jylhä 2011, 69–70.)

##### 3.1.1 Toiminta-ajatus

Missio tarkoittaa yrityksen olemassaolon perusteita: miksi yritys ylipäättään on olemassa. Perusteellinen missio luo kestävä pohjan yrityksen toiminnalle. Mission määrittely ei ole yksinkertaista, varsinkin jos se kiteytetään yhteen lauseeseen, joka on urauurtava eikä yhdentekevä. Jack ja Suzy Welch ovat järjestäneet yritysjohtajille seminaareja, joissa selvisi, ettei 60 prosentilla yrityksistä ollut missiota. Niissäkin yrityksissä, joissa missio oli, määritelmä oli useimmiten yhdentekevä. Hyvä missio voi syntyä epätavallisen liikeidean pohjalta tukenaan koskettava tarina, joka saa ihmiset toimimaan. Epätavallinen liikeidea ja hyvä missio voivat yhdessä saada aikaan huomattavaa vaikutusta massamarkkinoille. (Kotler, Kartajaya & Setiawan 2010, 41, 53–54.)

Oma missioni on *kauneutta kotiin, tunnelmaa tilaan, grafiikkaa käyttöön ja elämän merkkipaaluja muistoiksi* – yksilöllisten serigrafiatöiden suunnittelu ja toteutus sekä kurssitoiminnan järjestäminen taiteenystävälle ja kuluttajille.

Missiooni sisältyvänä yritykseni toiminta-ajatuksena on myydä tekemiäni serigrafiatuotteita sekä järjestää kursseja kyseisen taidemuodon ympärille. Myyntitoimintaa tehdään omasta myymälästä sekä verkkokaupasta. Myynnin edistäminen tapahtuu taidenäyttelytoiminnan ja jälleenmyyjien kautta.

Pyrin saamaan sekä yksityis- että yhteisnäyttelyitä mahdollisimman paljon laajalle alueelle. Tähän mennessä olen pitänyt kymmenkunta yksityisnäyttelyä, joiden nimenä on ollut alusta lähtien ”Vapauden kutsu”. Tällä nimellä pyrin luomaan positiivisen ja valoisan mielikuvan töistäni. Nimi kuvastaa myös useissa töissäni toistuvaa luontoon ja Lapin maisemiin liittyvää teemaa. Hyvässä tilassa oikein ripustettuna työt pääsevät oikeuksiinsa ja samalla myyntityö helpottuu. Näyttelyissä asiakkaalla on mahdollisuus rauhassa tutustua tuotteisiin paikan päällä.

### **3.1.2 Liikeidea**

Menestyvä liikeidea on koko yritystoiminnan kivijalka. Iloniemen (2009b, 52) mukaan liikeidea vastaa kysymyksiin mitä, kenelle ja miten. Se kertoo miksi yritys on olemassa ja mitä tuotteita ja palveluita se tarjoaa. Liikeideassa määritellään myös yrityksen asiakasryhmä ja miten yritystoimintaa on tarkoitus harjoittaa. (Iloniemi 2009b, 52.)

Viitala ja Jylhä (2011, 46) korostavat, että hyvän liikeidean keksiminen vaatii usein luovuutta, nokkeluutta ja myös hyvää onnea. Yrittäjä voi löytää jonkin uuden markkinaraon, jota kukaan muu ei vielä ole huomannut. Hänellä voi olla uusi keksintö tai uudistus, jonka avulla yrittäjä voi erilaistua kilpailijoistaan. Erilaistuminen voi perustua tuotteeseen, palveluun tai imagoon. (Viitala & Jylhä 2011, 46.)

Yritykseni liikeideana on itse valmistamieni serigrafioiden myyminen ja serigrafiakurssien vetäminen. Ydintuotteita ovat taulut, kortit ja tekstiilit. Lisäksi teen erilaisia tilaustöitä kuten kutsukorttien ja logojen suunnittelua. Tavoitteena on muodostaa kuluttajalle mielikuva yrityksestä, josta saa laadukkaita tuotteita sekä asiantuntevaa ja innostavaa serigrafiaopetusta. Myyntitoiminta tapahtuu oman myymälän ja verkkokaupan kautta. Serigrafioiden tekeminen ja Ylivieskan kansalaisopiston kurssitoiminta tapahtuu niille varatussa tilassa.

Pääasiallinen kohderyhmä on yli 30-vuotiaat taiteenystävät sekä tekstiilipuolella lapsiperheet. Myös yritykset ja yhteisöt ovat tärkeä kohderyhmä. Opetustoimen puolella jatkan Ylivieskan kansalaisopiston serigrafiakurssien vetämistä äitini jäädessä eläkkeelle. Järjestän myös omia kursseja erilaisille ryhmille.

### 3.1.3 Strategia

Passilan (2009, 30) mielestä pienen yrityksen strategisen johtamisen tavoitteena on rakentaa kilpailuetu, jolla se erottuu kilpailijoistaan ja saavuttaa uniikin aseman markkinoilla. Tämä saattaa olla yhden merkittävän edun löytäminen, mutta useimmin kilpailuetu koostuu useammasta erilaisesta tekijästä, joita hallitaan paremmin kuin kilpailijat. Omista vahvuuksista pitää kehittää pitkäkestoisia perusvahvuuksia eli ydinosaamisia, joita on vaalittava ja kehitettävä jatkuvasti. Näitä voivat olla esimerkiksi laatu, hinta, asiakaspalvelu, innovointi eli tuotekehitystyö, joustavuus ja nopeus. (Passila 2009, 30.)

Serigrafian tekijöitä on Suomessa suhteellisen vähän muiden taidemuotojen edustajien määrään verrattuna. Serigrafia on kustannuksiltaan edullinen taidemuoto verrattuna esimerkiksi öljyvärimaalaukseen. Grafiikassa on mahdollista tehdä suuriakin sarjoja, joten yksittäisen tuotteen kustannukset ovat pienet. Serigrafia mahdollistaa hyvin erilaisten materiaalien hyödyntämisen. Sitä voidaan käyttää niin paperi-, kangas- kuin puupinnoissa, minkä ansiosta saavutetaan monipuoliset mahdollisuudet tuotteistamiselle ja erilaistumiselle kilpailijoista.

Serigrafiakursseja järjestetään Suomessa hyvin vähän. Näin ollen Ylivieskan kansalaisopisto, joka on eräs harvoista opetuksen järjestäjistä koko maassa, on saanut oppilaita kursseilleen aina Rovaniemeltä saakka. Uusien harrastajien mukaan saaminen kursseille on suhteellisen helppoa, sillä serigrafia on kiitollinen harrastus myös vasta-alkajalle. Serigrafiatöiden toteutuksessa voidaan käyttää hyväksi esimerkiksi valokuvia tai lasten piirustuksia, jolloin kuvataidetta voi harrastaa myös ilman varsinaisia piirustuslahjoja.

### 3.1.4 Visio

Visio kertoo, millainen yrityksen ajatellaan olevan tulevaisuudessa. Vision määrittelyyn tarvitaan strategista markkinointia, jolloin käytetään mielikuvitusta menemällä tavanomaisista analyysiä pidemmälle ja haastetaan ensimmäiset mieleen tulevat vaihtoehdot. Visiota tarkentavat ja konkretisoivat päämäärät yleisellä tasolla sekä mitattavat tavoitteet, joilla päämäärään päästään. (Viitala & Jylhä 2011, 70.)

Tulevaisuuden haavekuvana minulla on saada näyttelyitä niin Suomessa kuin ulkomailla. Tämä nostaisi arvostustani taiteilijana ja auttaisi yritystoimintaani. Arvostuksen kasvun myötä myös myynti paranee, ja mahdollisuudet jopa päätoimiseen yrittäjyyteen kasvavat. Hyvin harva taiteilija pystyy elättämään itsensä pelkällä taiteen tekemisellä. Tavoitteena onkin, että viiden vuoden päästä minulla on 3–5 yksityisnäyttelyä vuosittain sekä yhteisnäyttelyitä muiden taiteilijoiden kanssa. Yritystoiminnassa haaveenani on jatkuva liikevaihdon ja kannattavuuden kasvu.

## 3.2 Tuotteistaminen

Tuotteistamisella tarkoitetaan tuotekehityksessä kaikkia niitä toimenpiteitä, joilla tuoteaihiosta saadaan markkinoitava tuote (Bergström & Leppänen 2011, 218). Serigrafiatuotteiden matka ideasta valmiiksi tuotteiksi on usein monivaiheinen ja pitkä. Uuden työn tekeminen aloitetaan suunnittelulla. Aiheet töihini saan etupäässä luonnosta, joten esimerkiksi Lapin matkoillani suunnitteluprosessi alkaa jo alitajuisesti maisemia ihastellessa. Piirrän hahmotelmia paperille ja työstän niistä valmiin aiheen. Valmiit piirustukset valotetaan tai lakataan painoseulalle. Työn painokerroista riippuen valotuksia tai lakkauskertoja voi tulla useita. Kun työ on valmis, se nimetään, signeerataan ja numeroidaan. Tarvittaessa työ myös kehystetään. Kehystys antaa lisäarvoa tuotteelle. Kehystyksessä käytän ulkopuolista yritystä, sillä minulla ei ole kehystämiseen tarvittavia koneita. Oma kehystystoiminta on varteenotettava vaihtoehto, mutta se vaatii suhteellisen isot tilat, joten omatoiminen kehystäminen on vielä suunnitteluasteella.

Taidegrafiikan lisäksi samanlaisen prosessin kautta syntyvät myös muut yritykseni tuotteet, jotka suunnittelu- ja toteutusvaiheiden jälkeen painetaan kunkin lopputuotteen vaatimalle

materiaalille. Esimerkiksi tekstiileihin painetaan suunnittelemani printtejä kankaanpainomenetelmällä.

### **3.3 Tuotteet ja palvelut**

Yritykseni tuotevalikoimiin kuuluvat muun muassa itse painamani taulut, kortit, adressit, kirjanmerkit sekä paidat, lastenvaatteet ja muut tekstiilit. Toimialaani kuuluvat myös erilaiset tilaustyöt kuten käynti- ja kutsukortit sekä logojen suunnittelu. Palvelutoimintaani kuuluu serigrafian opetus. Kurssitoimintaa teen yhteistyössä Ylivieskan kansalaisopiston kanssa, mutta järjestän myös omia kursseja. Asiakkailla on mahdollisuus tilata esimerkiksi viikonloppukursseja eri teemoilla, kuten joulukorttikurssi.

### **3.4 Tuotteen ja palvelun hinnoittelu**

Tuotteiden hinta määräytyy erilaisista kiinteistä ja muuttuvista kustannuksista. Kiinteitä kustannuksia ovat painoseulat sekä raakkelit. Muuttuvia kustannuksia ovat paperit, värit, lakka, valotus- ja seulanpesuaineet, kehykset ja itse painotyö. Taiteessa on vaikeaa antaa tiettyä arvoa omalle työlle, sillä siihen kuuluu painotyön lisäksi suunnitteluprosessi, joka voi ajallisesti viedä hyvinkin suuren osan koko tuotekehityksessä. Hinnan määrittelyssä myös taiteilijan arvostuksella on suuri osuus.

Serografiakurssien hinnat määräytyvät Ylivieskan kansalaisopiston tuntimaksujen mukaan. Yksityiset kurssit hinnoitellaan erikseen asiakkaan kanssa. Hintaan vaikuttavat kurssin kesto ja osallistujien määrä. Kaikilla kursseilla hintaan lisätään tarvikkeet.

### **3.5 Palveluympäristö**

Bergstömin ja Leppäsen (2011, 184–185) mukaan palveluympäristöllä tarkoitetaan yrityksen kaikkia näkyviä tunnusmerkkejä. Ulkoinen palveluympäristö sisältää palvelupaikan ympäristöön liittyviä tekijöitä kuten rakennuksia, pysäköintitiloja ja opasteita. Sisäiseen palveluympäristöön kuuluvat muun muassa sisustus, tuotteiden esillepano, henkilöstön



työasut, valaistus, ilman laatu ja lämpötila. Bergström ja Leppänen painottavat palveluym-  
päristön suunnittelussa elämyksien tuottamista asiakkaille esimerkiksi musiikin ja tuote-  
esittelyiden avulla. Sähköisessä kaupankäynnissä palveluympäristöön kuuluvat esimerkiksi  
verkkokaupan sivustoilla liikkumisen helppous, ja kuinka hyvin tuotteet sieltä löytyvät.  
(Bergström & Leppänen 2011, 184–185)

Yritykseni toimitilat sijaitsevat oman asuntoni ulkorakennuksessa noin kilometrin päässä  
Ylivieskan ydinkeskustasta. Noin 20 m<sup>2</sup> lämmin ja kodikas tila kakluuneineen antaa hyvät  
puitteet yritystoimintaan, ja sisustuksella tilasta saadaan viihtyisä ja myyvä. Myös idylli-  
nen, 1950-luvulta peräisin oleva pihapiiri luo asiakkaalle rauhallisen ja luotettavan tunnel-  
man. Toimitilan haasteena on hieman syrjäinen sijainti, sillä naapuristossa ei ole juurikaan  
muuta yritystoimintaa. Näin ollen asiakkaan on asioikseen tultava liikkeeseen ja niin sano-  
tut satunnaiset asiakkaat jäävät helposti saavuttamatta. Myös liikkeen aukioloajat tuovat  
oman haasteen, sillä päätyön ohella on hankalaa pyörittää omaa myymälätoimintaa. Tämän  
takia verkkokauppa antaa vapaamman mahdollisuuden yritystoiminnan harjoittamiseen.  
Serigrafian tekeminen sekä Ylivieskan kansalaisopiston kurssitoiminta tapahtuu noin 100  
m<sup>2</sup> tilassa. Tila mahdollistaa noin kymmenen kurssilaisen yhtäaikaista työskentelyä.

Minulta löytyy tarvittava kalusto myymälätoiminnan aloittamiseen, joten kalustopuolella ei  
lisähankintoja tarvitse tehdä. Myös suurin osa yritystoimintaan tarvittavista laitteista löytyy  
omasta takaa. Vuokraan maksupäätteen Luottokunnalta, jolloin asiakas voi halutessaan  
käyttää myös pankkikorttia maksuvälineenä.

Langaton maksupäätte sisältää siru- ja magneetikorttien lukijan sekä kuittitulostimen. Se ei  
edellytä kassakonetta ja maksupäätte toimitetaan esiasennettuna ja käyttövalmiina. Tällä  
hetkellä maksupäätteenä toimii Ingenico IWL255 3G -lähimaksupäätte, jonka hinta on ar-  
vonlisäveron kanssa 62 euroa kuukaudessa. Toimitusmaksu on arvonlisäveroineen myös  
62 euroa. Vuokrahinnat sisältävät kaikki käyttöön liittyvät palvelut kuten tapahtumien tur-  
vallisen välitys- ja varmennuspalvelun, teknisen tuen ja automaattiset päivitykset. Ingenico  
IWL255 3G -maksupäätteessä on 3G -datayhteys, joten yrittäjän ei tarvitse tehdä erillistä  
sopimusta operaattorin kanssa. Laitemallia voi tarvittaessa vaihtaa kesken sopimuskauden.  
Korttimaksujen tilitysaika on kaksi päivää. (Luottokunta.)

Verkkokaupan ulkoistan verkkokauppa-alan asiantuntijayritykselle. Yrityksen valintakriteerinä ovat verkkokaupan luotettavuus, ulkoasu ja liikkumisen helppous.

### **3.6 Logistiikka**

Viitalan ja Jylhän (2011, 383) mukaan logistiikka on materiaalin ja niihin liittyvien pääomien sekä informaation virtaa yritykseen, yrityksessä ja ulos yrityksestä (Viitala & Jylhä 2011, 383). Värien ja tekstiilien hankinnassa käytän keskitetysti maahantuojia. Tämä alentaa huomattavasti hankintakustannuksia huomattavasti. Itseltäni löytyy varastotilat kaikille tuotteille sekä raaka-aineille. Myytyjen tuotteiden kuljetuksessa käytän pääsääntöisesti Itellan ja Matkahuollon palveluita. Myös oma autoni on tärkeässä roolissa tavaroiden kuljettamisessa.

### **3.7 Asiakassegmentointi**

Kosken (2012, 13–14) mukaan liiketoimintamahdollisuuksien ja niiden tuomien jatkomahdollisuuksien tunnistamisen jälkeen pitää arvioida niiden asema markkinoilla suhteessa kilpailijoihin. Tuotteen ja/tai palvelun ja markkinoiden kartoitus alkaa segmentoinnilla eli markkinoiden jakamisella mahdollisimman yhtenäisiin ryhmiin asiakkaiden tarpeiden mukaan. Segmentointi perustuu siis asiakastarpeisiin ja on sitä parempi, mitä tarkemmin markkinat on segmentoitu. Segmentointi mahdollistaa kustannustehokkaan toiminnan ja tarkemman taloudellisen ennustamisen. Myyntiprosessin tunnistaminen on yksi yritysjohdon tärkeimmistä tehtävistä. (Koski 2012, 13–14.)

Asiakaskuntaani kuuluu lähinnä oman paikkakunnan sekä lähialueen taiteenystäviä. Asiakkaiden ikärakenne on kolmestakymmenestä ikävuodesta ylöspäin. Tärkeitä asiakasryhmiä ovat myös eri yritykset ja yhteisöt. Esimerkiksi hotellit, ravintolat, koulut sekä pankit ovat potentiaalisia asiakkaita. Tekstiilimyynnissä kohderyhmänä ovat lapsiperheet. Verkkokauppa ja yhteistyökumppanit laajentavat asiakaskuntaani huomattavasti.

Kurssitoiminnassa kohderyhmänä ovat serigrafian aktiiviharrastajat, joita esimerkiksi Ylivieskasta löytyy noin kaksikymmentä. He ovat tehneet serigrafiaa jo vuosia ja ovat aina

aktiivisesti osallistuneet Ylivieskan kansalaisopiston kursseille. Muita kurssitoiminnan kohderyhmiä ovat erilaiset yritykset ja yhteisöt.

### **3.8 Kilpailijat**

Holopainen (2013, 13) painottaa, että asiakas voi tyydyttää samoja tarpeitaan useilla eri tuotteilla ja palveluilla. Näin ollen kilpailijoiksi luetaan myös ne yritykset, joiden tuotteet ja palvelut eroavat yrittäjän omista tuotteista ja palveluista, mutta jotka tyydyttävät samaa tarvetta tai tarve-aluetta. (Holopainen 2013, 13.)

Yritykseni kilpailijoiksi voidaan lukea muut taiteilijat niin lähialueelta kuin koko Suomesta sekä kaikki sisustukseen erikoistuneet yritykset ja verkkokaupat. Tekstiilimyynnissä kilpailijoiksi katsotaan kaikki tekstiilejä myyvät yritykset. Opetustoimessa kilpailijoita ovat kaikki lähialueella järjestettävät kuvataidekurssit.

### **3.9 Kilpailutilanne**

Serigrafia on taiteenmuotona suhteellisen harvinainen ja Ylivieskassa sitä tehdään etupäässä harrastajapohjalta. Vaikka paikkakunnalla on taidetta myyviä yrityksiä, serigrafialla pystyn erottumaan kilpailijoistani. Tuleva tuotevalikoimani määrää, millainen lopullinen kilpailutilanne on, sillä esimerkiksi tekstiilipuolella kilpailu on kovaa, ja omassa tapauksessani ainoa mahdollisuus kannattavaan yritystoimintaan on erottuminen muista tekstiilejä myyvistä yrityksistä.

Ylivieskassa ja lähialueella on taiteilijoita, jotka myyvät omia tuotteitaan. Koska taide-myynti on hyvin pientä ja monesti hankalaa, voisi verkostoituminen lähialueiden taiteilijoiden kanssa olla järkevää. Tällöin taiteilijat saisivat lisänäkyvyyttä ja taidekauppakin voisi vilkastua.

Ylivieskassa on yrityksiä, jotka myyvät taidetta ja tekevät kehystystyötä. Suurin osa näistä yrityksistä haluaa valikoimiinsa myös ulkopuolisia taiteilijoita, joten verkostoituminen heidän kanssaan avaisi lisämyyntimahdollisuuksia. Kehystyössä ei ole järkevää lähteä kil-

pailemaan muiden yrittäjien kanssa, koska jo pelkkä kehysten ja muiden materiaalien varastointi veisi todella ison tilan ja vaatisi suuria investointeja. Näin ollen mahdollinen oma kehystystyö rajoittuisi lähinnä omiin tuotteisiin.

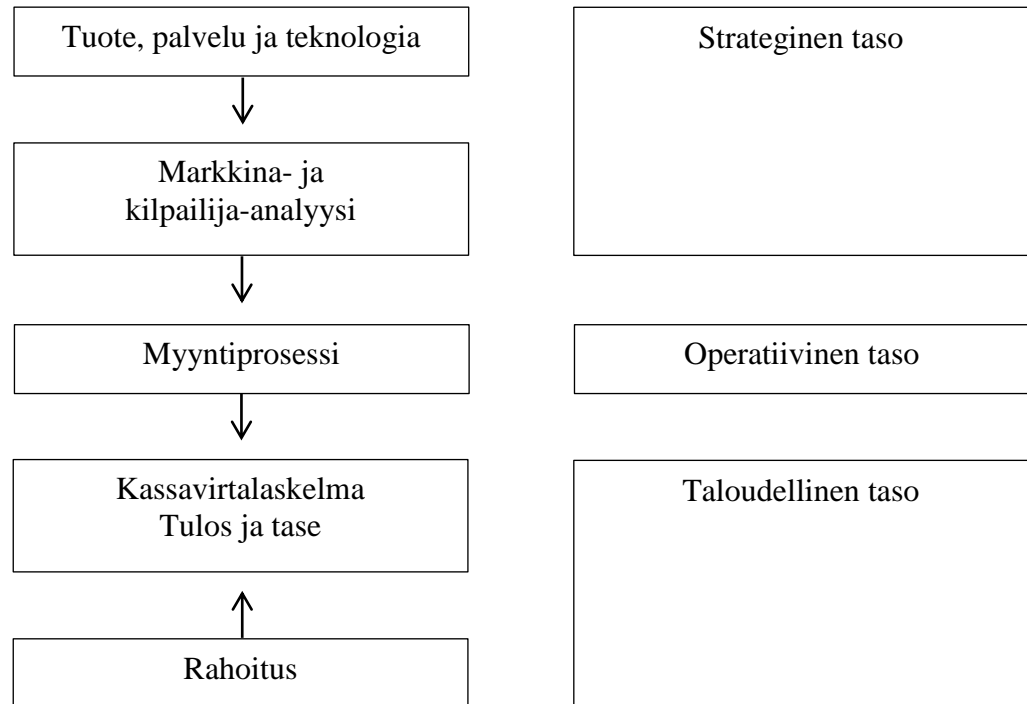
### **3.10 Verkostoituminen**

Verkostoituminen kehittää toimintaa ja kannattavuutta. Se alentaa kustannuksia, toimitusajat lyhenevät ja toiminnan joustavuus lisääntyy. Verkostoituminen mahdollistaa laajempien kokonaisuuksien hallinnan sekä voimavarojen yhdistämisen. Verkostoituminen laajentaa myös markkina-aluetta. (Valkokari, Valjakka & Korhonen 2009, 117.)

Yritystoiminnassani käytän verkostoitumista jälleenmyyjien ja toisten taiteilijoiden kanssa. Useat tuotteeni ovat Lappi-aiheisia, joten Pohjois-Suomen jälleenmyyjät ovat pääkohde-ryhmäni verkostoitumisessa. Taidenäyttelypuolella verkostoitumisen pääpainona ovat galleristit sekä yhteisnäyttelyiden osalta muut taiteilijat.

### **3.11 Rahoitus- ja kannattavuuslaskelmat**

Kosken (2012, 11) mukaan liiketoiminnan suunnitteluun vaikuttavat yrityksen kehitysvaihe ja toimiala. Päätökset uusista liiketoiminnoista ja investoinneista perustuvat investointilaskelmiin, jotka ovat sidoksissa kassavirta- ja liikevaihtoennusteista saatavaan myyntibudjettiin. Myyntibudjetti taas perustuu myyntiprosessin suunnitteluun. (Koski 2012, 11.) Kuviossa 3 on kuvattu liiketoiminnan suunnittelun ja talouslaskelmien välistä yhteyttä.



KUVIO 3. Liiketoiminnan suunnittelun ja talouslaskelmien välinen yhteys (mukaillen Koski 2012, 12)

Aluksi tunnistetaan liiketoimintamahdollisuus, joka yleensä esitetään tuotteen, palvelun ja niihin liittyvän teknologian muodossa. Tähän liittyvät myös esimerkiksi tuotteen ja palvelun lisäarvon määrittelemisen asiakkaalle, ominaisuudet suhteessa kilpailijoihin, ansaintalogiikka sekä tuotteeseen ja/tai palveluun liittyvät uudet liiketoimintamahdollisuudet. Liiketoimintamahdollisuuksien tunnistamisen yhteydessä talouden työkaluna käytetään investointilaskelmia, joiden avulla pystytään vertailemaan eri liiketoimintamahdollisuuksien kannattavuutta riskit huomioiden sekä tarkastellaan niitä liiketoimintamahdollisuuksia, joihin kannattaa tarttua. Nämä liiketoimintamahdollisuudet voivat olla uusia tuotteita ja palveluita tai uusia markkinoita. Yleensä niihin investointimahdollisuuksiin kannattaa tarttua, joiden nykyarvo on positiivinen. Tilanteesta riippuen myös negatiivinen nykyarvo voi olla kannattavaa, jos siitä syntyy uutta tietotaitoa avaten uusia investointimahdollisuuksia. (Koski 2012, 12–13.)

Investoinnit yrityksen aloittamisvaiheessa ovat omalta osaltani pienet. Minulta löytyy myyntitoiminnalle oma toimitila, serigrafian tekoon ja Ylivieskan kansalaisopiston kurssi-toimintaan oma tila sekä kalustoa ja atk-laitteistoa yritystoiminnan aloittamiseen. Taulu-

kossa 1 esitän investointilaskelman ennen aloitusta ja ensimmäisen vuoden aikana. Laskelmaan on lisätty kymmenen prosentin kustannusvaraus mahdollisien hinnannousujen varalta. Investointilaskelma mukaan toiminnan aloittaminen vaatii noin 700 euroa. Ensimmäisen vuoden aikana investointeja tulee noin 4 400 euroa.

TAULUKKO 1. Toiminimi Janne Kosken investointilaskelma

	Ennen aloitusta	Ensimmäisen vuoden aikana
Koneet ja laitteet	124	806
Kalusto	0	0
Auto	0	500
Puhelin	100	500
Toimistotarvikkeet	100	300
Verkkokauppa	105	1 260
Markkinointi	0	200
Perustamiskustannukset	105	105
Muut kulut	100	300
<b>YHTEENSÄ</b>	<b>634</b>	<b>3 971</b>
Kustannusvaraus 10 %	63	397
	<b>697</b>	<b>4 368</b>

Kannattavuuslaskelmat pohjautuvat tuloslaskelmaan, joka on tehty tämän hetken kysynnän mukaan. Laskelma antaa positiivisen tuloksen jo ilman verkkokaupasta ja verkostoitumisesta syntyviä tuloja. Kannattavuuslaskelmat ovat salaisia.

### 3.12 Riskien hallinta

Riskien hallinnassa ensisijainen tehtävä on toiminnan varmistaminen ja yritykseen sijoittaneiden arvon turvaaminen. Myös tuottovaatimukset tulee pyrkiä täyttämään. Käytännössä yritystoiminnassa on aina kyse riskien ottamisesta. Yrityksen omistajat ovat riskimyrönteisiä lähtiessään liiketoimintaan ja hyväksyneet sijoittamansa varallisuuden menettämisen riskin. Kyse ei ole irrallisesta prosessista, vaan riskit ja niiden hallinta on suoraan linkitetty yrityksen strategiaan. (Immonen, Kallio, Koskinen & Rajamäki 2013, 30.)

Riskien hallinnassa ei ole yhtä oikeaa tapaa tehdä asioita, vaan jokainen yritys hallinnoi riskejään omalla parhaalla tavallaan. Riskien hallinta voidaan esimerkiksi jaotella tuotan-

toon, talouteen ja kirjanpitoon. Hyvin toteutettuna se tuo yritykselle lisäarvoa ja varmistaa strategian toteutumista. (Immonen, ym. 2013, 61–62.)

Yritystoimintani riskienhallinta luokitellaan tuotantoon, talouteen ja kirjanpitoon. Koska yrittäjäyys on sivutoimista, pitää kalenterista löytyä riittävästi aikaa tehdä uusia tuotteita sekä markkinoida ja myydä tuotteita ja palveluita. Näin ollen ajankäytön hallinta nousee ensisijaiseksi tekijäksi riskien hallinnassa. Kirjanpito ja verkkokaupan tekninen ylläpito ulkoistetaan. Kirjanpitotoimiston avulla kirjanpito tulee tehtyä kaikkien lakien ja säännösten mukaan. Verkkokaupan teknisen ylläpidon ulkoistaminen varmentaa kaupan toimivuuden.

### **3.13 SWOT-analyysi**

Taulukossa 2 on esitetty yritykseni SWOT-analyysi, jossa olen pohtinut yritykseni vahvuuksia, heikkouksia, mahdollisuuksia ja uhkia. Taulukon yläpuoli, vahvuudet ja heikkoudet kuvaavat tämän hetkistä tilannetta tulevan yrityksen näkökulmasta. Taulukon alapuolella olevat mahdollisuudet ja uhat puolestaan vaikuttavat yrityksen tulevaisuuteen. Vasemmalla puolella taulukkoa ovat positiiviset asiat ja oikealla negatiiviset.

## TAULUKKO 2. Toiminimi Janne Kosken SWOT-analyysi

<p><b>Vahvuudet</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Tuotteeni ovat vahvoja, koloristisia ja helposti töikseni tunnistettavia</li> <li>- Taidemuodolla ei ole kilpailua siinä määrin kuin esimerkiksi öljyvärimalauksilla</li> <li>- Taidemuodon edullinen hinta</li> <li>- Toimitilat yrittäjän omassa rakennuksessa</li> </ul>	<p><b>Heikkoudet</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ajankäytön yhteensovittaminen päätyön, yritystoiminnan ja taiteen tekemisen kesken</li> <li>- Yrittäjäys on sivutoimista</li> <li>- Kokemattomuus yrittäjänä</li> <li>- Toimitilojen sijainti</li> </ul>
<p><b>Mahdollisuudet</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Verkkokauppa</li> <li>- Yhteistyökumppanit</li> <li>- Serigrafiatekniikan monipuolisuus eli mahdollisuudet tehdä erilaisia tuotteita</li> </ul>	<p><b>Uhat</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ylivieskan pienet markkinat</li> <li>- Halvat kopiot, esimerkiksi maalauksista myytävät kirjapainotuotteet</li> <li>- Heikko taloudellinen tilanne voi vaikuttaa negatiivisesti kuluttajien intoon pannaostaa sisustukseen</li> </ul>

Yritystoiminnan suurin haaste on ajankäytön yhteensovittaminen päätyön, yritystoiminnan ja taiteen tekemisen välillä. Uhkana on, ettei yritystoiminnalle ja uusien tuotteiden tekemiselle jää tarpeeksi aikaa.

Myös toimitilat asettavat omat haasteensa. Taloudellisesti kannattavaa on toimia omassa ulkorakennuksessa. Haasteena on toimitilan sijainti. Vaikka rakennus sijaitsee vain kilometrin päässä Ylivieskan ydinkeskustasta, ei naapuristossa ole yritystoimintaa, joka toisi satunnaisia asiakkaita yritykseen. Verkkokauppa ja yhteistyökumppanit voivat nostaa liikevaihtoa ja kannattavuutta huomattavasti.



#### 4 MARKKINOINTISUUNNITELMA

Viitalan ja Jylhän (2011, 114) mukaan markkinointi käsitteenä on hyvin laaja. Markkinoinnin avulla yritys hankkii asiakkaita ja pyrkii säilyttämään sekä kehittämään asiakassuhteita. Asiakassuhteiden hoitaminen kuuluu suhdemarkkinointiin, jossa korostetaan asiakaslähtöisyyttä. (Viitala & Jylhä 2011, 114.) Myös Kotlerin ja Armstrongin (2012, 28–29) mielestä markkinointi on prosessi, missä yritys luo arvoa asiakkaille ja rakentaa vahvan ja tuottoisan asiakassuhteen. Nykypäivänä markkinointia ei ymmärretä pelkkänä myynnin edistäjänä vaan pikemminkin asiakkaiden tarpeiden tyydyttäjänä. Markkinoinnissa pitää selvittää asiakkaiden tarpeet ja kehittää tuotteita vastaamaan niitä. (Kotler & Armstrong 2012, 28–29.) Mielikuvamarkkinointi yhtenäistää koko yrityksen ulkoisen ilmeen ja prosessin yhtenäiseksi yrityskuvaksi (Viitala & Jylhä 2011, 114).

Holopainen (2013, 13) painottaa, että tuotteilla ja palveluilla täytyy olla kysyntää eli markkinoita, joilla asiakas tyydyttää tarpeitaan. Uusia tarpeita syntyy jatkuvasti, mutta niiden käyttötottumuksien omaksuminen voi viedä pitkänkin aikaa. (Holopainen 2013, 13.)

Markkinointi käynnistyy kilpailukeinojen kartoittamisella, jolloin selvitetään, miten yritys lähestyy asiakkaitaan ja muita ulkoisia sidosryhmiään. Yritys rakentaa mahdollisista kilpailukeinoistaan suunnitelmallisen yhdistelmän eli markkinointimixin. Markkinoinnissa puhutaan usein Bernard H. Boomsin ja Mary Jo Bitnerin 1980-luvulla kehittelemästä 7P-mallista, jossa markkinointimixin osat ovat

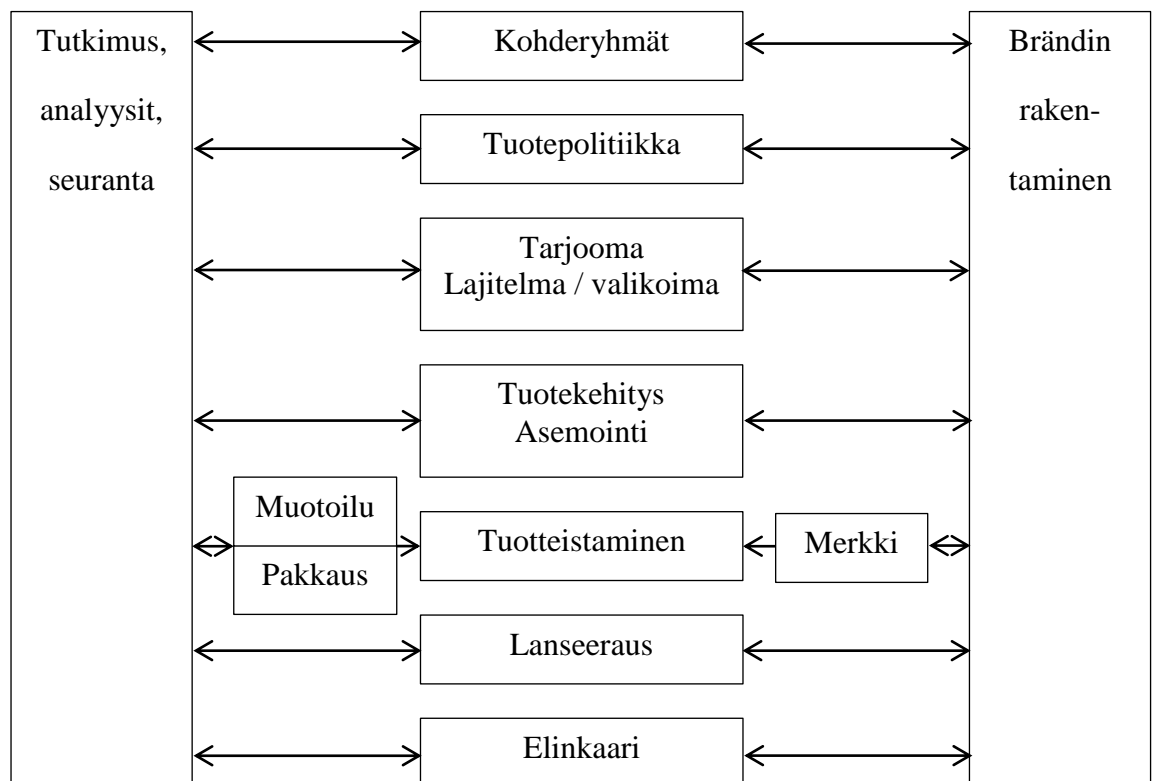
- tuote (product)
- hinta (price)
- jakelu / saatavuus (place)
- markkinointiviestintä (promotion)
- henkilöstö ja asiakkaat (people, participants)
- toimintatavat ja prosessit (processe)
- palveluympäristö ja muut näkyvät osat (physical evidence).

Tämä 7P-malli on laajennettu Neil Bordenin ja Jerome McCarthyn 1960-luvulla kehitelemästä 4P-mallista, jossa oli vain neljä ensimmäistä osaa ja sitä kritisoitiinkin liian tuotelähtöiseksi. (Bergström & Leppänen 2011, 166.)

Omassa yritystoiminnassani markkinoinnin pääpaino on suhde- ja mielikuvamarkkinoinnissa. Tärkein markkinointikanava on henkilökohtainen myyntityö sekä suoramainonta. Näyttelytoimintaani markkinoin julistein, kutsukortein sekä sosiaalisen median kautta.

#### 4.1 Tuote kilpailukeinona

Bergströmin ja Leppäsen (2011, 194) mukaan tuote on yrityksen markkinointimixin keskeisin kilpailukeino, jonka ympärille rakentuvat muut kilpailukeinoratkaisut. Tuote on markkinoitava hyödyke, jolla on tarkoitus tyydyttää asiakkaan tarpeet, odotukset ja mielihalut. Kuluttaja ei osta tuotetta sinänsä, vaan siitä saatavaa hyötyä ja mielihyvää. Tuotteen rakentaminen kilpailukeinoksi lähtee liikkeelle liikeidean määrittelystä, eli siitä mitä kohderyhmille tarjotaan. Tämän perusteella määritellään pohja tarjoomalle eli lajitelma- ja valikoimapäätöksille sekä tuotekokonaisuudelle. Tarjooman suunnitteluun kuuluu tuotekehitys ja tuotteistaminen kuten merkki, pakkaus, muotoilu ja laatu. Tuotteen elinkaari alkaa, kun se on valmis markkinoille. (Bergström & Leppänen 2011, 194.) Kuviossa 4 on kuvattu tuote ja tarjooma kilpailukeinona.



KUVIO 4. Tuote ja tarjooma kilpailukeinona (Bergström & Leppänen 2011, 195)

Tuotepolitiikkaa on helpompi lähteä rakentamaan, kun kohderyhmät ja niiden tarpeet on rajattu. Tuotevalikoimassa otetaan huomioon asiakkaiden tarpeet ja toiveet ja tuotekehitystä tehdään asiakkaita kuunnellen. Tilaustöissä asiakkaan tarpeet ja toiveet korostuvat erityisesti.

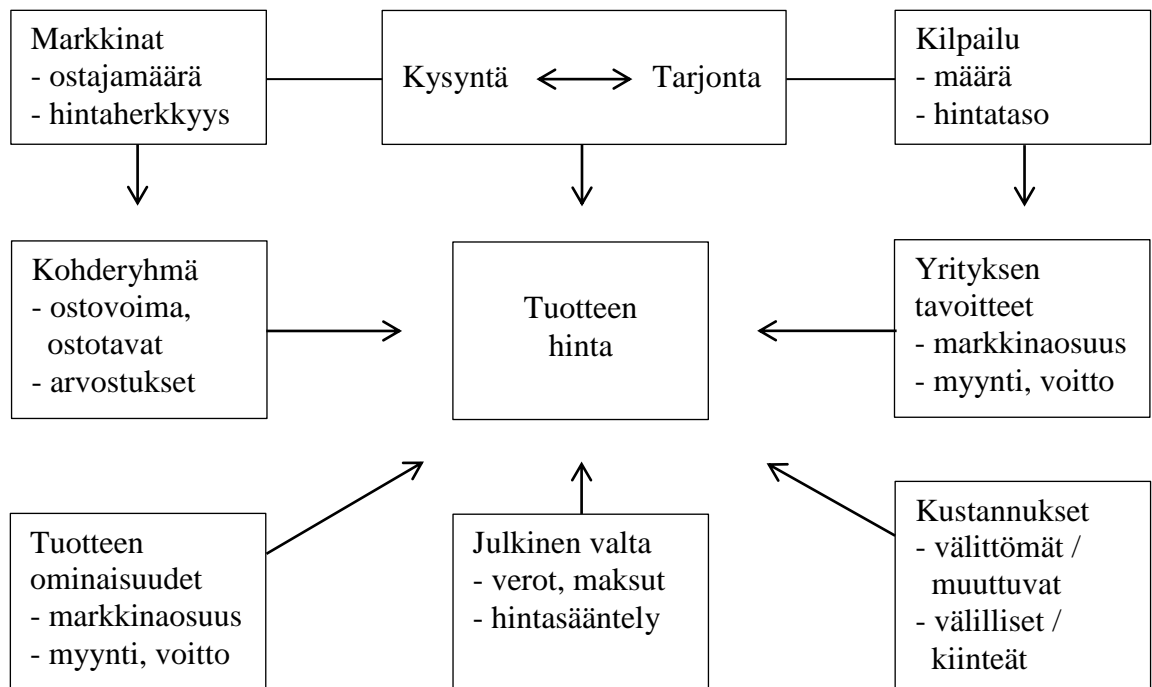
Tuotteistamisessa laatu on avainasemassa. Laadukkaat raaka-aineet kuten paperit, tekstiilit, värit ja kehykset edesauttavat myyntiä ja nostavat koko yrityksen brändiä. Tuote on tärkein kilpailukeinoni asiakaspalvelun ohella, ja tarkoituksena on luoda kuluttajille mielikuva laadukkaasta tuotteesta, jonka elinkaari kestää pitkälle tulevaisuuteen.

## **4.2 Hinta kilpailukeinona**

Hinta vaikuttaa monin tavoin kaupalliseen menestykseen. Se on tuotteen arvon mittari ja muodostaja. Korkealla hinnalla yritys voi luoda tuotteelle laatumielikuvaa, mutta se voi myös rajoittaa tuotteen myyntiä. Alhainen hinta saattaa ehkäistä toisten yritysten tulon samoilta markkinoille, jos ne eivät pysty yhtä edulliseen hintatasoon. Hinta on myös kannattavuuteen vaikuttava tekijä. Hintaa nostamalla parannetaan katetta, mutta myynti voi heikentyä. Hintapäätöksiä tehtäessä on otettava huomioon hinnan vaikutus myyntimäärään ja tuottoihin. Hinnan tulee olla kohderyhmälle sopiva, sillä liian alhainen tai liian korkea hinta voivat rajoittaa tuotteen menekkiä. (Bergström & Leppänen 2011, 257.)

Kuviossa 5 on kuvattu tuotteen hinnoitteluun vaikuttavat tekijät. Bergströmin ja Leppäsen (2011, 261–262) mukaan hintapäätöksiä tehtäessä yrittäjän on otettava huomioon yrityksen ulkopuoliset ja sisäiset hinnoitteluun vaikuttavat seikat. Hintaan vaikuttavat markkina- ja kilpailutilanne sekä omat kustannukset ja tavoitteet. Tuotteen tai palvelun kustannukset ja julkinen valta muodostavat hinnan alarajan. Yrittäjän pitää määrittää tuotteen aiheuttamat kustannukset, sekä lisätä hintaan verot ja mahdolliset muut maksut. Tämän jälkeen on tutkittava markkinoita, jotka ovat perustana hintatason muodostumiselle. Kilpailu sekä kysynnän ja tarjonnan suhde vaikuttavat osaltaan tuotteen hintaan. Yrittäjän on tiedostettava markkinoiden koko, ostovoima ja ostokäyttäytyminen. On myös selvitettävä, miten myytävä tuote tai palvelu asemoituu kilpailijoiden tuotteisiin ja palveluihin, sekä mikä on kohderyhmä ja sen hintaherkkyys. Myös kilpailun määrä sekä kilpailijoiden tuotteet ja niiden

hinnoittelu ohjaavat osaltaan hinnanmuodostusta. (Bergström & Leppänen 2011, 261–262.)



KUVIO 5. Tuotteen hinnoitteluun vaikuttavat tekijät (Bergström & Leppänen 2011, 262)

Bergströmin ja Leppäsen (2011, 270) mukaan kohderyhmän hintaherkkyys määrittelee hintatason ja tarjousten merkityksen. Imagolla on iso rooli hinnanmuodostamisessa, sillä hyvällä imagolla saadaan helposti nostettua hintaa. Toisille kilpailijoita kalliimpi hinta osoittaa parempaa laatua, kun taas toiset pyrkivät ostamaan halvimpia ja alennuksessa olevia tuotteita ja palveluita. (Bergström & Leppänen 2011, 270.)

Parantaisen (2007, 63) mukaan alennuksista on paljon enemmän haittaa kuin hyötyä. Alennus jättää asiakkaan epätietoiseksi siitä, saako hän varmasti parhaan mahdollisen hinnan. Kun yksi on saanut alennusta, joutuu helposti myös muille asiakkaille antamaan saman alennuksen. Tämä houkuttelee sellaisia asiakkaita, jotka eivät todennäköisesti ole kaikkein kannattavimpia yrittäjän kannalta. (Parantainen 2007, 63.)

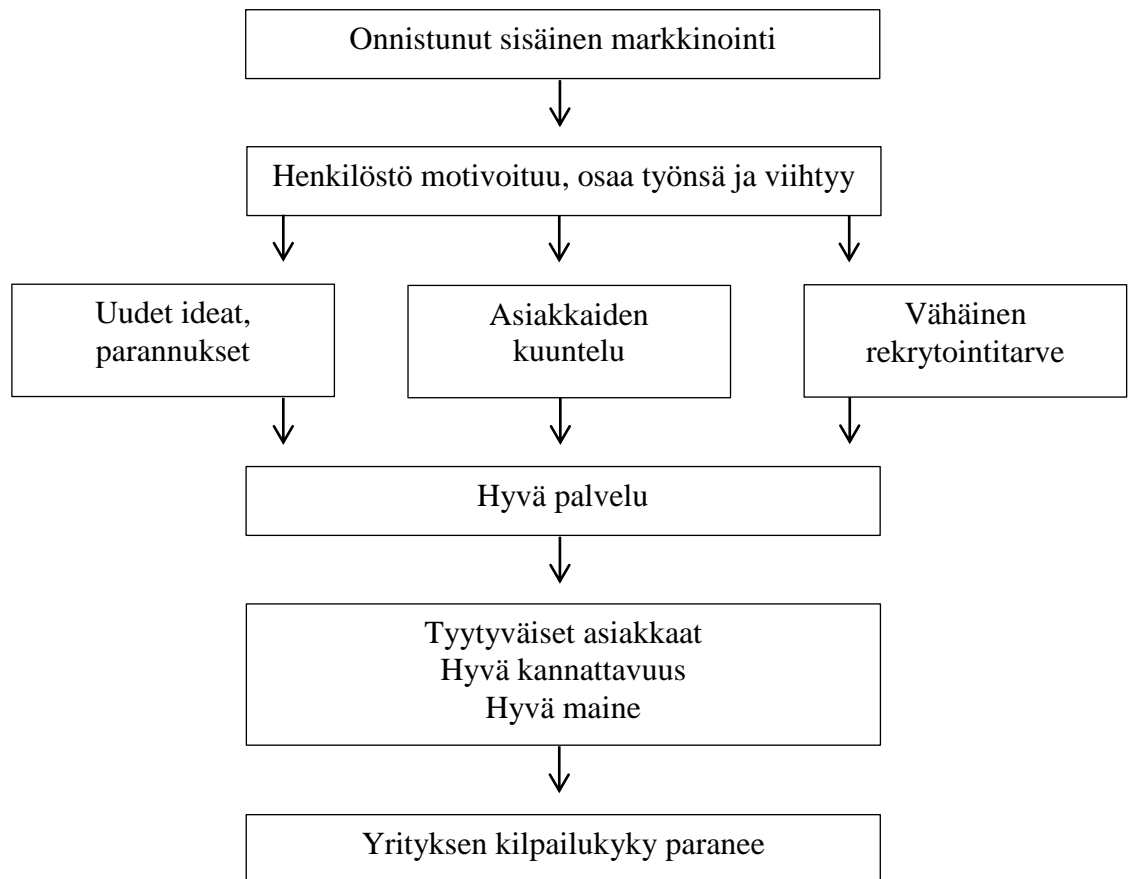
Serigrafia tekniikkana mahdollistaa jopa massatuotannon. Näin ollen hinta ei nouse niin korkeaksi kuin esimerkiksi öljyväritöissä. Taidekaupassa kuitenkin taiteilijan arvostuksella on suurin vaikutus hinnan määrittelyssä. Tavoitteena on kannattava ja kilpailukykyinen

hinta, jossa taiteilijan arvostus on otettu huomioon. Isommissa kaupoissa käytetään hinnan paketointia, jolloin kokonaishinta tulee asiakkaalle halvemmaksi kuin yksittäisostot.

### **4.3 Henkilöstö kilpailukeinona**

Bergströmin ja Leppäsen (2011, 172–173) mukaan menestyvä asiakaspalvelu perustuu henkilöstön osaamiseen ja motivaatioon. On tärkeää kuunnella niin henkilöstön kuin asiakkaiden mielipiteitä ja kehittämis ehdotuksia. (Bergström & Leppänen 2011, 172–173.)

Kuviossa 6 on kuvattu yrityksen henkilöstö kilpailukeinona. Koska omassa toiminnassani työskentelen ainakin alkuvaiheessa yksin, pääpaino keskittyy omaan osaamiseen ja motivaatiooni asiakaspalvelussa. Asiakkaiden kuuntelu on avainasemassa. Olen hyvin avoimainen uusille ideoille ja asiakkailta saankin paljon hyvää ja rakentavaa palautetta. Heiltä saan esimerkiksi hyviä ideoita tuotteiden aiheiksi ja jopa ihan uusia tuoteideoita. Hyvän palvelun kautta saan tyytyväisiä asiakkaita, jotka parantavat yritykseni mainetta ja kilpailukykyä. Samalla kannattavuus paranee. Tulevaisuudessa myös lisätyövoiman palkkaaminen voi tulla ajankohtaiseksi. Tällöin rekrytointi nousee suurempaan rooliin, sillä palvelu on yhtä hyvää kuin sen heikoin lenkki.



KUVIO 6. Yrityksen henkilöstö kilpailukeinona (Bergström ja Leppänen 2011, 172)

Sisäinen markkinointi tarkoittaa yrityksen omaan henkilöstöön kohdistuvaa markkinointia, johon kuuluvat tiedotus, koulutus, kannustaminen ja yhteishengen luominen. Johtajan tehtävänä on innostaa ja suunnata henkilöstön motivaatio yhteisiin tavoitteisiin sekä antaa työntekijälle mahdollisuuden onnistua työssään joka päivä parhaalla mahdollisella tavalla. Henkilöstön viihtyminen, osaaminen ja motivaatio edesauttavat uusien ideoiden syntyä ja vähentävät henkilöstön vaihtuvuutta, jolloin rekryointitarve pienenee. (Bergström & Leppänen 2011, 172–173.)

Aarnikoivun (2011, 31–32) mielestä esimiehen rooli on hyvin tärkeässä osassa koko organisaation kannalta. Hyvä esimies määrittelee selkeästi pelisäännöt ja toimintatavat sekä työntekijän omat työtehtävät ja vastuut. Kun esimies on omaksunut roolinsa, hän luo omalla toiminnallaan työntekijälle luottamuksen ja turvallisuuden tunnetta. Tämä lisää työyhteisössä positiivista uskoa tulevaisuuteen, avoimeen vuorovaikutukseen, vastuunkantoon sekä kehittyvään työyhteisöön. Myös työntekijän hyvä asenne niin itseään, työtänsä kuin työnantajaansa kohtaan auttavat tavoitteiden toteutumisessa ja koko organisaation hyvinvoinnin

ylläpitämisessä. Jos esimiehen rooli on epäselvä, eikä hän ole riittävästi työntekijöiden tukena, voivat työtehtävät, vastuut sekä tavoitteet jäädä epäselviksi. Mikäli tieto ei kulje työpaikalla, seuraa siitä paljon huhuja ja yhteistyökyvyttömyyttä. Myös vastuun pakoilu ja poissaolot lisääntyvät. (Aarnikoivu 2011, 31–32.)

Kehityskeskustelut tukevat suunnitelmallista henkilöjohtamista (Hokkanen ym. 2008, 9). Meretniemen (2012, 13) mukaan kehityskeskustelu on rauhoitettu kahdenkeskinen tilaisuus esimiehen ja työntekijän välillä. Se antaa keskustelijoille mahdollisuuden tutustua toisiinsa, rakentaa yhteistä tasavertaista kumppanuutta, parantaa vuorovaikutusta sekä varmistaa, että molemmat ymmärtävät työn keskeiset asiat samalla tavalla. Kehityskeskustelujen tavoite on kartoittaa henkilöstön kyky ja halu vastata nykyisiin ja tulevaisuuden haasteisiin. Keskusteluilla tulisi olla selkeä päämäärä, joka liittyy organisaation tulevaisuudenkuvan ja strategian toteutumiseen. Keskustelut pyritään toteuttamaan samalla systematiikalla määräajoin tuloskauden aikana. Yleinen aikaväli on yksi vuosi, mutta alalla, jossa tilanteet muuttuvat nopeasti, kannattaa miettiä, onko keskustelu kerran vuodessa riittävä. (Meretniemi 2012, 13.)

Koulutuksella varmistetaan henkilöstön riittävä osaaminen ja sen tulee kattaa kaikki yrityksen henkilöstöryhmät. Koulutus tulee räätälöidä tarpeen ja osaamisen mukaan. Yritys voi järjestää koulutuksen itse tai hankkia koulutusta ulkopuolisilta. (Bergström & Leppänen 2011, 176.)

Itseni kouluttaminen ja motivointi mahdollistavat jatkuvan kehityksen niin yrittäjänä kuin taiteilijana. Erilaiset yrittäjäkurssit ja -tapaamiset parantavat mahdollisuuksiani yrittäjänä. Taidepuolella tapaamiset toisten taiteilijoiden kanssa ja koulutus auttavat motivoinnissa ja uusien tuoteryhmien kehittämisessä. Myös asiakkaiden kuuntelu ja heiltä saatavien ideoiden ja parannusehdotuksien huomioiminen ovat tärkeä osa palveluani. Tämä korostuu varsinkin tilaustöiden osalta. Jos ja kun yritykseni rekrytoi henkilökuntaa, nousee heidän motiivointinsa, koulutuksensa ja viihtyvyytensä avainasemaan.

#### 4.4 Asiakaspalvelu kilpailukeinona

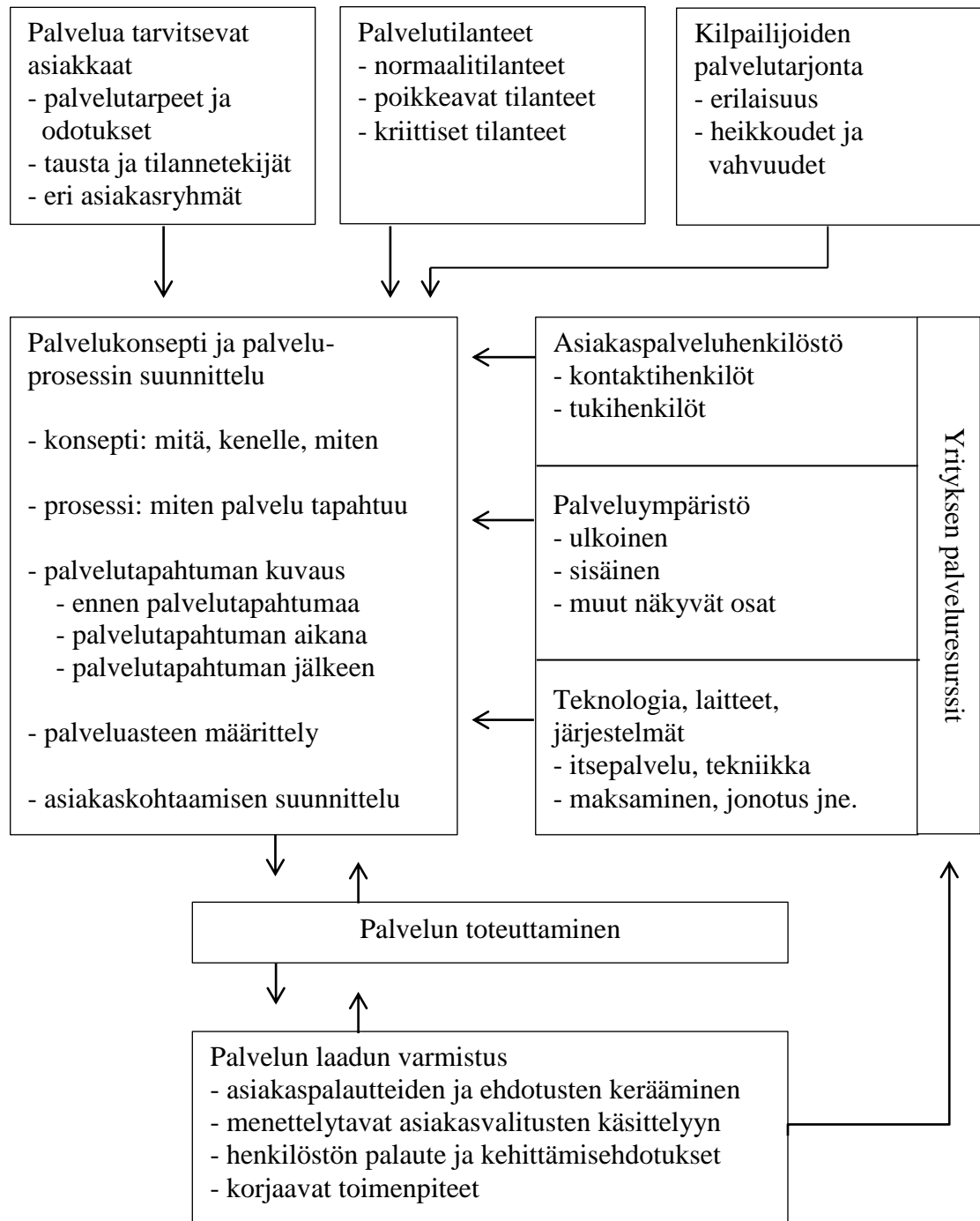
Bergströmin ja Leppäsen (2011, 181) mukaan asiakaspalvelu on toimintaa, jolla autetaan ja opastetaan asiakasta. Asiakaspalvelun avulla yritys pystyy erottumaan markkinoilla ja tuottamaan asiakkailleen lisäarvoa. (Bergström ja Leppänen 2011, 181.)

Kuviossa 7 on kuvattu asiakaspalvelukonseptin suunnittelun osat. Jotta voidaan kehittää kilpailijoita parempaa asiakaspalvelua, edellyttää se palvelukonseptin huolellista suunnittelua ja testaamista. Konseptissa määritellään, ketä palvellaan ja miten, sekä kuinka paljon palvelua tarjotaan ja mitä arvoa se tuottaa asiakkaalle. Yrittäjän on tunnettava kilpailijoiden tavat palvella ja pyrittävä saamaan asiakkaille kilpailijoita sopivampaa ja arvokkaampaa palvelua. (Bergström ja Leppänen 2011, 180–181.)

Ensiksi on perehdyttävä erilaisten asiakkaiden palvelutarpeisiin ja odotuksiin. Jokaista asiakasta tulisi palvella aina yksilöllisesti ottaen huomioon asiakkaan taustatekijät, kuten ikä, sukupuoli ja persoonallisuus. Asiakaspalvelutilanteet voivat olla rutiiniluontoisia tai henkilökohtaisia. Rutiiniluontoisessa palvelutilanteessa asiakas käyttää toistuvasti samaa palvelua. Silloin korostuu palvelun nopeus, helppous ja saavutettavuus. Henkilökohtaisessa palvelutilanteessa pyritään ratkaisemaan asiakkaan ongelmia ja tarpeita yksilöllisesti. On myös osattava ennakoida erilaiset palvelutilanteet. Näitä voivat olla esimerkiksi

- rutiinitilanne, jolloin asiakas käyttää palvelua toistuvasti, jolloin palvelun nopeus, helppous ja saavutettavuus ovat tärkeitä
- ensikohtaaminen, jolloin asiakas käyttää palvelua ensimmäistä kertaa tarvitessa enemmän tietoa, opastusta ja aikaa
- normaali palvelutilanne, jolloin asiakas tuntee palvelun ennestään odottaen samantyyppistä palvelua kuin aikaisemminkin
- vaativa palvelutilanne, jolloin asiakkaalle räätälöidään jotain uutta tai tehdään muutoksia aikaisempaan palvelukokonaisuuteen
- kriittinen palvelutilanne, jolloin asiakas on tyytymätön tai hänelle on tapahtunut jotain odottamatonta. (Bergström & Leppänen 2011, 182–183.)





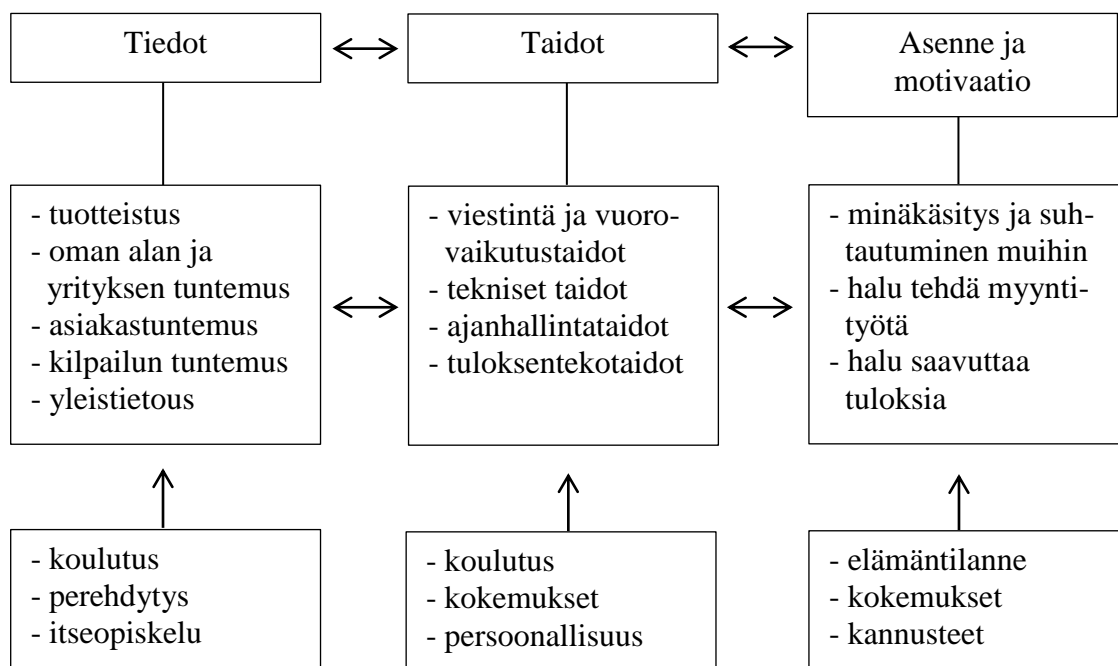
KUVIO 7. Asiakaspalvelukonseptin suunnittelun osat (Bergström & Leppänen 2011, 181)

Kohtelen kaikkia asiakkaitani yksilöinä. On tärkeää selvittää asiakkaiden tarpeet, odotukset ja toiveet, jotta voin palvella heitä parhaalla mahdollisella tavalla. Serigrafian opetustoiminnassa palvelutilanne korostuu, sillä varsinkin uudet kurssilaiset tarvitsevat hyvin paljon opastusta, neuvoja ja rohkaisua.

Asiakaspalvelutilanteissa myös teknisten laitteiden tulee toimia ja omassa toiminnassani, esimerkiksi maksutilanteen yhteydessä korttimaksupäätte helpottaa asiointia. Myös asiakaspalaute antaa tärkeää informaatiota kehittäessäni yhä parempaa asiakaspalvelua.

#### 4.5 Myyntityö

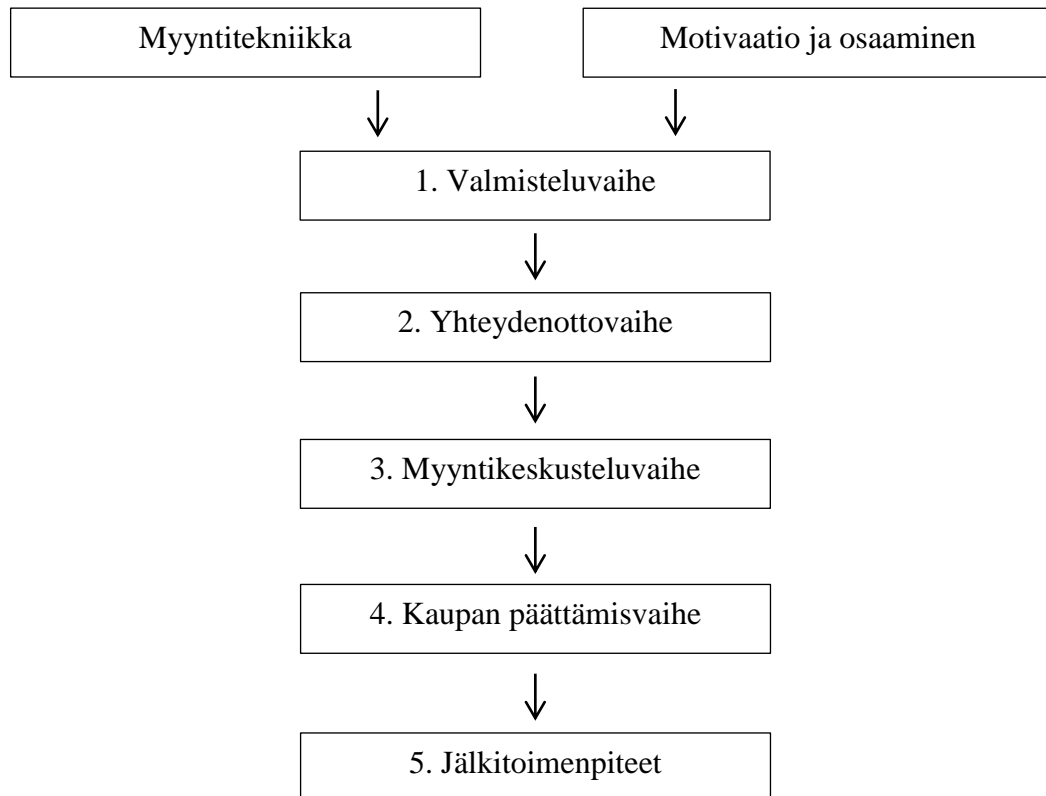
Onnistuneessa myyntityöprosessissa myyjä tuottaa toiminnallaan asiakkaalle arvoa niin, että asiakas on tyytyväinen, asiakassuhde jatkuu ja yrityksen tavoitteet toteutuvat. Myyntityö voidaan jakaa toimipaikkamyyntiin, jossa asiakas tulee myyjään luo ja kenttämyyntiin, jossa myyjä lähestyy asiakasta. (Bergström & Leppänen 2011, 411–412.) Kuviossa 8 on kuvattu myyntimenestykseen vaikuttavat tekijät.



KUVIO 8. Myyntimenestykseen vaikuttavat tekijät (Bergström & Leppänen 2011, 417)

Bergströmin ja Leppäsen (2011, 417) mukaan myyjän tulee tuntea sekä myytävät tuotteet että oma yritys hyvin. On hyvä seurata alan kehittymistä sekä kilpailijoiden toimintaa. Myyjällä tulee olla myös hyvä yleissivistys ja kiinnostusta erilaisten ilmiöiden ja tapahtumien seuraamiseen, koska myyntitilanteessa keskustelu voi kääntyä moniin eri aiheisiin. Tehokas myyjä on asiakassuuntautunut ja innostunut työstään. Tietoja ja taitoja hän voi hankkia sekä koulutuksella että työkokemuksella. (Bergström & Lahtinen 2011, 417.)

Henkilökohtaisella myyntityöllä tarkoitetaan face-to-face suhdetta, jonka kohteena on yksi tai muutama henkilö. Tällöin sanoma muotoutuu tilanteen ja asiakkaan antaman palautteen mukaisesti. (Vuokko 2003, 169.) Taulumyynnistä suurin osa tapahtuu henkilökohtaisen myyntityön kautta. Koska suurin osa myyntityöstä tapahtuu niin sanotusti kentällä, perehdytään tarkemmin myyntiprosessin rakenteeseen. Kuviossa 9 on myyntiprosessin eri taustatekijät ja päävaiheet.



KUVIO 9. Myyntiprosessin taustatekijät ja päävaiheet (Lahtinen & Isoviita 2001, 209)

Myyntitekniikkana käytetään ongelmanratkaisutekniikkaa, jossa painotetaan myynnin vastuullisuutta ja asiakkaiden todellisten tarpeiden selvittämistä myyntikeskustelun aikana. Myyntikeskusteluissa myyjä asiakkaan kanssa etsii ratkaisut ja tavoitteena on luoda asiakkaan ja myyjän välille pitkäaikainen, luottamukseen perustuva asiakassuhde. (Lahtinen & Isoviita 2001, 211.)

Ropen (2003, 106–107) mukaan on tärkeää, että myyjä tuntee tuotteensa ja on motivoitunut työhönsä. Myyjän toimintakykyyn vaikuttavat tietojen ja taitojen soveltamiskyvyn li-

säksi persoonallisuustekijät sekä asennetekijät. Hyvä myyjä on ulospäin suuntautunut, systemaattinen ja positiivinen. Hän on sisäistänyt asiakkaan aseman ja samaistunut siihen. (Rope 2003, 106–107.)

Kotler ja Armstrong (2012, 503) painottavat myyjän roolin olevan enemmän auttava kuin myyvä. Myyjä tiedostaa asiakkaan tarpeet ja mielialut. Hänen tulisi olla empaattinen, rehellinen ja luotettava. Myyjä kuuntelee asiakastaan ja on asiakkaasta aidosti kiinnostunut. Myyjä ei saa olla petollinen, painostava eikä myöhästelevä. Myös epäkäytännöllisyys ja haluton ote myyntityöhön ovat huonoja ominaisuuksia. Hyvä myyjä osaa myyntityön, mutta vieläkin tärkeämpää on osata olla hyvä kuuntelija. (Kotler & Armstrong 2012, 503.)

Ropen (2003, 61, 69–73) mukaan valmisteluvaiheessa selvitetään asiakkaan perustietoja, jotta myyntiä voi toteuttaa hänen kanssaan oikealla tavalla ja tyyllillä. Valmistellaan myyntimateriaali kuten näytekappaleet, liikelahjat ja käyntikortit. Myyntikeskusteluissa ilmapiiri antaa tärkeitä tietoja myyjälle. Hyvä myyjä aistii, miten asiakkaalla on aikaa, millainen asiakas on (rauhallinen, nopea, harkitseva, pidättyvä, ulospäin suuntautunut jne.), ja millaisia tuotteita asiakas kaipaa. Jos asiakkaalla on ostoepäilyjä, joita ei saada myyntikeskusteluissa poistettua, kannattaa myyjän antaa asiakkaalle aikaa ja palata myöhemmin asiaan. (Rope 2003, 61, 69–73.)

Kaupan päättämisen vaiheessa rohkaistaan asiakasta kaupantekoon. Samalla poistetaan mahdollisia kaupantekoa uhkaavia riskejä, esimerkiksi tarjoamalla mahdollisuus vaihtaa tuote tai perua kauppa kokeilun jälkeen. Kaupanteon kiirehtimisellä myyjä voi saada kaupan aikaan, joka ei ehkä muuten syntyisi. Esimerkiksi kaupan kiirehtimisellä voi osoittaa, että hinnat nousevat tai tavara on loppumaisillaan. Myös kyky saada hinta pysymään samana on tärkeää. Jos esimerkiksi kaksi asiakasta keskustelee keskenään ja ilmenee, että toinen on saanut saman tuotteen halvemmalla, aiheuttaa se yrityksen uskottavuuden rapistumisen. (Rope 2003, 77–78.)

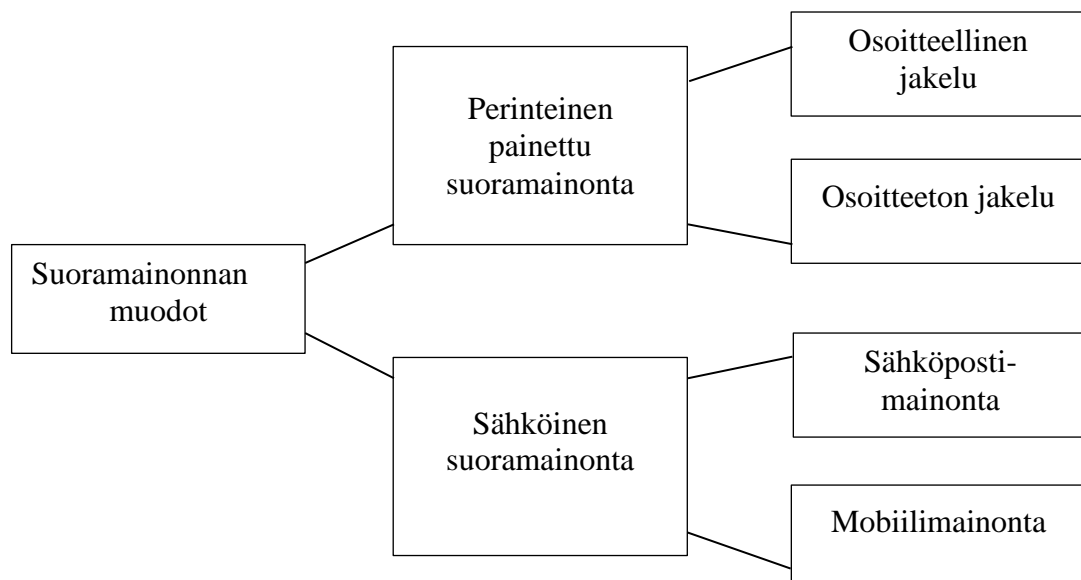
Myyntiprosessiin kuuluu aina asiakastyytyväisyyden selvittäminen. Kun myyntiä on vähän ja asiakkaitakin rajoitetusti, on luontevaa tehdä tyytyväisyyskysely puhelimitse tai henkilökohtaisena keskusteluna. Jos tuote on lähetetty asiakkaalle, tulee myös varmistaa tuotteen perillepääsy, ja että se vastaa asiakkaan tarpeita. (Rope 2003, 80–84.)

Omassa myyntityössäni mietin yleensä tauluvaihtoehtoja asiakkaan iän, elämäntilanteen ja harrastusten mukaan. Otan yhteyttä asiakkaaseen puhelimitse tai sähköpostilla ja sovin esittelylle paikan ja ajan asiakkaan kanssa. On hyvä varata tarpeeksi aikaa, jolloin asiakas saa rauhassa tutustua tuotteisiin. Myyntikeskustelupaikka vaikuttaa paljon myyntiprosessiin. Kun on kyse taulukaupoista, ihannepaikka on asiakkaan luona, jolloin asiakas voi kokeilla tauluja heti seinälle ja miettiä sopivia värivaihtoehtoja.

Kaupan solmimisen jälkeen olen yhteydessä asiakkaaseen ja varmistan asiakkaan tyytyväisyyden kauppaan. Samalla voidaan sopia mahdollisista uusista hankinnoista. Lupaan aina asiakkailleni myös vaihto- tai peruutusoikeuden, jos työ ei sovikaan tämän sisustustyyliin. Asiakkaiden muistaminen jälkikäteen on myös tärkeää. Lähetän kanta-asiakkailleni itsepainamiani joulukortteja ja pidän heihin muutenkin yhteyttä.

#### 4.6 Suoramainonta

Suoramainonta on osa suoramarkkinointia, jonka tarkoituksena on aloittaa asiakassuhde tai syventää sitä (Bergström & Leppänen 2011, 383). Kuviossa 10 on kuvattu suoramainonnan muodot.



KUVIO 10. Suoramainonnan muodot (Bergström & Leppänen 2011, 383)

Suoramainonnan etuna on sen tarkka kohdistettavuus muihin medioihin verrattuna. Mainoksen saajat voidaan valita tarkkaan ja sanoma muotoilla yksilöllisesti käyttäen tarvittaessa tehokeinoja esimerkiksi tuotenäytteitä ja lahjoja. Henkilökohtaisuuden vuoksi se onkin tehokasta. Osoitteellisilla suoramainoksilla pyritään tavoittamaan halutun tyyppisiä ostajia. Vaikka sähköinen viestintä valtaa alaa, lukevat kuluttajat yhä postimyyntiluetteloita ja esitteitä. Suomalainen kuluttaja saa keskimäärin yhden painetun osoitteellisen suoramainoksen viikossa eli runsaat viisikymmentä vuodessa. Osoitteetonta mainontaa käytetään massajakeluna, kun halutaan mainostaa suurelle joukolle tietyllä alueella. Tällöin mainokset kohdistetaan nimettöminä esimerkiksi tietyn alueen omakotitaloihin. Sähköisessä suoramainonnassa käytetään sähköposti- ja tekstiviestejä. (Bergström & Leppänen 2011, 384.)

Suoramainonnan suunnittelussa täytyy ottaa huomioon mainonnan tavoite ja kohderyhmä. Tavoitteena voi olla esimerkiksi

- tuotteen tai yrityksen tunnetuksi tekeminen potentiaalisille asiakkaille
- saada asiakas toimimaan (soittamaan, käymään, ostamaan)
- tukea myyntityötä ja säästää kustannuksissa.

Paras ja halvin suoramainonnan osoitelähde on ajan tasalla pidetty yrityksen oma asiakasrekisteri, jossa asiakkaat on luokiteltu esimerkiksi asiakassuhteen keston ja ostomäärän mukaan. (Bergström & Leppänen 2011, 384–385.) Käytän suoramainonnassa osoitteellista ja sähköpostimainontaa. Yrityksille ja yhteisöille teen räätälöidyn mainoskirjeen, jonka mukana on katalogi tuotteistani sekä ansioluettelo.

## 4.7 Media

Medialla on suuri valta vaikuttaa kuluttajien mielikuviin yrityksistä ja ihmisistä. Tiedotusvälineiden välittämää kuvaa maailmasta pidetään uskottavampana kuin mitään muuta tiedon lähdettä pois lukien ehkä ystävien suositukset ja arvostetut tutkimukset. Toisaalta tutkimuksetkin saadaan tietoon median välityksellä. (Forssell & Laurila 2007, 19.) Tilastokeskuksen mukaan vuonna 2011 televisiota katsottiin keskimäärin 178 minuuttia päivässä ja radiota kuunneltiin keskimäärin 188 minuuttia päivässä. Vuonna 2009 lehtiä ja kirjoja luettiin keskimäärin 36 minuuttia päivässä. (Tilastokeskus.)

Media on hyvä ja halpa markkinointikeino, jolla yrittäjä saa näkyvyyttä toiminnalleen. Forsselin ja Laurilan (2007, 69–70, 93–94) mukaan kiintoisat ihmiset vetävät huomiota puoleensa, ja vaikeastakin asiasta tulee kiinnostava ja ymmärrettävä median tuodessa sen esiin. Toimittajilla on suuri valta aiheiden valinnassa sekä muodossa, jossa juttu julkaistaan. Tällöin vaarana on saada kovaa kohtelua. Jopa jatkuva negatiivinen kirjoittelu tai täydellinen boikotti on mahdollista. Päälikkötöimittajat kuitenkin vakuuttavat, että ellei tällaiseen toimintaan ole perusteltua syytä, siihen puututaan aina. (Forssell & Laurila 2007, 69–70, 93–94.)

Toimittajan pyytäessä haastattelua, kannattaa haastatteluun myöntyä mahdollisimman pian. Varsinkin päivälehdillä toimittaja siirtyy pian toiseen juttuun, jos ei saa ajallaan myöntävää vastausta. Kannattaa heti alkuun selvittää, millaisesta haastattelusta on kyse, ettei tule väärää odotuksia eikä väärinkäsityksiä. Jos kieltäytyy haastattelusta, on hyvä olla asiallinen ja kertoa kieltäytymisen syy. Ylimielinen suhtautuminen toimittajaan voi kostautua tulevaisuudessa. Haastattelukysymyksiä ei kannata pyytää etukäteen, eikä niitä välttämättä olekaan kuin hetkeä ennen haastattelua. Myös haastattelutilanne synnyttää aina uusia kysymyksiä. (Forssell & Laurila 2007, 131–132.)

Forssell ja Laurila (2007, 143) neuvovat haastateltavaa olemaan rehellinen oma itsensä, eikä piiloutumaan asemansa taakse. Jos ei voi vastata johonkin kysymykseen, kannattaa selittää syy siihen. Vastaaminen kannattaa aloittaa positiivisella viestillä käyttäen konkreettisia esimerkkejä ja havainnollistamiskeinoja. Ei kannata provosoitua hyökkäyksistä ja kilpailijoiden kritisoimista tulisi välttää. Kannattaa muistaa, että puhuu vain siitä, minkä voi julkisesti sanoa. (Forssell & Laurila 2007, 143.) Minulla on hyvät suhteet varsinkin ylivieskalaisiin toimittajiin ja olen tehnyt heidän kanssaan jo useamman vuoden ajan menestyksestä yhteistyötä.

#### **4.8 Sosiaalinen media**

Sosiaalinen media on väline vuorovaikutuksen luomiseen internetin verkostoitumis- ja multimediaominaisuuksia käyttäen. Keskeistä sosiaalisessa mediassa on se, että käyttäjät tuottavat sen sisällön. Luonteeltaan sosiaaliset mediat ovat avoimia, osallistumiseen perustuvia kohtauspaiikkoja, joissa käyttäjät voivat tuottaa, julkaista, arvioida ja jakaa erilaista

sisältöä. Sosiaalisen median palvelut voidaan jakaa kolmeen pääasialliseen tehtävään, eli verkottumispalveluihin, sisällön julkaisupalveluihin ja tiedon luokittelu- ja arviointipalveluihin. Verkottumispalveluiden tehtävänä on edistää yhteisöjen muodostumista ja yhteisön jäsenten välistä kanssakäymistä. Sisällön julkaisupalveluiden tarkoitus on tarjota kenelle tahansa kanava julkaista omaa sisältöä kaikkien nähtäväksi. Tiedon luokittelu- ja arviointipalvelu tarjoaa välineitä internetissä olevaa tietoa ja arvioida julkaistun tiedon laatua yhteisön avulla. (Juslén 2009, 116–117.)

#### **4.8.1 Facebook**

Facebook sai alkunsa kun Harvardin yliopiston opiskelijat Mark Zurkerberg, Dustin Moskowitz, Chris Hughes ja Eduardo Saverin avasivat sivuston helmikuussa 2004. Nyt se on noussut maailman suosituimmaksi sosiaalisesti verkkopalveluksi. (Juslén 2013, 17.)

Juslénin (2013, 77–78) mukaan yrityksen Facebook-sivun luominen tapahtuu Luo sivu –painikkeen kautta. Sieltä voi valita Paikallinen yritys tai paikka –kuvakkeen. Tämän jälkeen valitaan tarkentava alaluokka yritykselle, esimerkiksi Shoppailu/Vähittäismyynti. Täysin omaa yritystä vastaavaa luokkaa ei välttämättä listalta löydy, jolloin kannattaa valita lähinnä oikean. Kun alaluokka on valittu, annetaan Facebook-sivulle sen kohdetta kuvaava nimi kuten yrityksen nimi. Myös yhteystiedot tulee syöttää, jonka jälkeen hyväksytään käyttöehdot ja painetaan Aloitus-painiketta. (Juslén 2013, 77–78.)

Aloituksen jälkeen voi kirjoittaa lyhyen kuvauksen yrityksestä, liittää jo halutessaan profiilikuvan sekä antaa verkkosivuston osoitteen näytettäväksi Facebook-sivuilla. Facebook kysyy: ”Edustaako nyt luotu sivu todellista yritystä?”, mihin vastataan myöntävästi. Kysymyksen jälkeen tallennetaan tiedot ja Facebook-sivu on luotu ja se avautuu ruudulle. Tämän jälkeen sivua voi alkaa päivittämään. (Juslén 2013, 78.)

Teen oman Facebook-sivun yritykselleni, jossa kerron toiminnastani. On tärkeää lisätä tilapäivityksiä vähintään parin päivän välein, jotta sivusto pysyisi mielenkiintoisena ja sitä käytettäisiin. Myös kuvia kannattaa lisätä elävöittämään sivuja.



#### 4.8.2 Blogi

Blogi on lyhenne sanasta weblog, joka on internetsivu tai -sivusto päiväkirjamerkinnän omaisista lyhyistä artikkeleista eli blogimerkinnöistä. Se voi sisältää kuvia, videoita ja muuta sähköistä sisältöä. Myös linkit muihin blogeihin ja internetsivuihin ovat mahdollisia. Usein blogeissa on mahdollisuus kirjoittaa kommentteja siellä julkaistuihin artikkeleihin ja tämä ominaisuus onkin yksi keskeisistä eduista tavanomaisiin internetsivuihin nähden. Mielenkiintoinen ja ajatuksia herättävä artikkeli voi nopeasti saada aikaan vilkkaan keskustelun ja levitä laajalle internetin käyttäjien keskuudessa. (Juslén 2009, 113.)

Blogin voi avata yksilö, ryhmä tai organisaatio ja se voi olla joko julkinen tai rajattu. Koska perustamiskynnys on hyvin alhainen, ylläpito edullisimmillaan ilmaista ja blogimerkintöjen tekeminen todella helppoa, on siitä tullut hyvin suosittua. (Juslén 2009, 113.)

Omasta toiminnastani kirjoitan julkista blogia. Lisään blogiin kuvia uusista töistäni ja kerro niiden syntyideasta. Tarkoituksena olisi tehdä värikäs ja kiinnostava sivusto niin tuotekehittelyn kuin näyttelytoiminnankin näkökulmasta.

#### 4.9 Verkkokauppa

Lahtinen (2013, 62–64) painottaa verkkokaupan luotettavuutta. Verkkokaupan elinehto on, että kuluttaja luottaa siihen. Ilman luotettavuutta ei ole ostajia ja verkkokaupan elinikä jää hyvin lyhyeksi. Keskeisimpiä luotettavuuteen vaikuttavia tekijöitä ovat verkkokaupan ulkoasu, rakenne, tunnettavuus ja maine. Verkkokaupan tulee olla hyvin organisoitu ja looginen, sivustoilla on helppo liikkua ja tuoteryhmät jäsennelty aiheittain. Sivuilla on hyvä olla selkeästi esillä yrityksen virallinen nimi, postiosoite, sähköposti, puhelinnumero ja Y-tunnus. Nämä tiedot nostavat verkkokaupan luotettavuutta. (Lahtinen 2013, 62–64.)

Vehmas (2008, 35) korostaa verkkokaupan tuotevalikoimaa. Sen tulee olla kohderyhmälle suunnattu ja ammattitaidolla koottu. Tuotetarjonta on internetin keinoin järjestettävä sellaiseksi, että ostaja sen tavoittaa ja hallitsee. Hallinnalla tarkoitetaan sitä, että ostaja hahmottaa tarjonnan korkean tason ja tietää, mistä mitään löytyy. Verkkokaupan on pystyttävä

määrittelemään ostajan profiili hyvin tarkasti ja tiedettävä millainen on kohdeasiakas. (Vehmas 2008, 35.)

Vehmas (2008, 58) painottaa myös verkkokaupan ulkoasun suunnittelun tärkeyttä. Selkeä ulkoasu saattaa vaikuttaa ammattimaiselta, mutta hukkua muiden joukkoon. Erikoisuus taas lisää huomiota ja voi saada yllättävääkin näkyvyyttä, mutta samalla se rajaa väkisinkin osan kävijäpotentiaalista ulos. (Vehmas 2008, 58.)

Koska Ylivieskan markkinat ovat pienet, verkkokauppa mahdollistaa yritystoimintani paremman kannattavuuden. Tarkoitukseni on tehdä näyttävät ja selkeät kotisivut, joilla on helppo liikkua. Ostan verkkokauppalvelun ulkopuoliselta, koska oma ammattitaitoni ja aikani ei riitä suunnittelemaan ja toteuttamaan verkkokauppaa alusta alkaen. Olen kartoittanut eri verkkokauppaohjelmistoja ja valintani tämän hetkisten tietojeni perusteella on Valmiskauppa.fi.

Suomen Valmispalvelut Oy on perustettu vuonna 2003. Se on verkkokaupan asiantuntijayritys, jonka pääpaino on verkkokaupparatkaisuissa. Valmiskaupalla on tällä hetkellä lähes tuhat aktiivista verkkokauppaa. Se on kotimainen verkkokauppalvelu, jolle on myönnetty Avainlippu-tunnus suomalaisesta osaamisesta. Käyttömaksu on arvonlisäveroinen 53,32 euroa kuukaudessa. (Suomen Valmispalvelut Oy.)

Valmiskaupalla yritykseni saa näyttävän sivuston, jolle on helppo päivittää eri tuotteita ja tuoteryhmiä. Valmiskaupalla on myös osaava asiakaspalvelu, johon olen tutustunut. Sivuilta maksun voi suorittaa verkkopankin tai luottokunnan kautta. Luottokunnalta ostan eStandard-maksupalvelun, joka lisää verkkokaupan luotettavuutta ja edesauttaa sujuvaa maksamista.

Verkkokauppaan integroidaan eStandard-maksupalvelu, jolloin korttitietojen syöttö lomakkeelle tapahtuu valinnan mukaan joko verkkokaupan omilla sivuilla tai hyödyntämällä valmista maksulomaketta. Maksutapahtumien käsittelyä varten on käyttöliittymä, jonka kautta pystyy käsittelemään maksuja ja hyvittämään perutut korttimaksut asiakkaalle. Maksupalvelun käyttöönotto edellyttää internetyhteyden ja palvelun integroinnin verkkokauppaan. Arvonlisäveron kanssa eStandard-maksupalvelu maksaa 52 euroa kuukaudessa. (Luottokunta.)

## **5 YRITYKSEN PERUSTAMINEN PROSESSINA**

Yrityksen perustamisprosessi alkaa yritysideasta. Tämän jälkeen tehdään liiketoimintasuunnitelma, pohditaan mahdollisten yhtiökumppaneiden mukaan ottamista ja valitaan yritykselle yhtiömuoto. Myös rekrytoinnin tarve on otettava huomioon. Yritykselle pitää järjestää rahoitus, vakuutukset ja kirjanpito. Lopuksi laaditaan perustamisasiakirjat. (Yritys-Suomi.)

### **5.1 Yritysidea**

Yritysidea kertoo, miksi yritys aiotaan perustaa (Iloniemi 2009b, 52). Olen aloittanut serigrafian harrastamisen vuonna 2000. Tuotteita on vuosien varrella kertynyt runsaasti ja kysyntä on alusta asti ollut hyvää. Olen pitänyt kymmenen yksityisnäyttelyä sekä useita yhteisnäyttelyitä. Harrastus on muuttunut ammattimaisemmaksi ja nyt taiteeni myyntiin ja taidekoulutukseen keskittyvän yrityksen perustaminen on tullut ajankohtaiseksi.

### **5.2 Yhtiökumppaneiden valinta**

Pyykön (2011, 24) mielestä on vaikea antaa yleispätevää neuvoa siitä, onko yritystoiminta helpompaa yksin vai liikekumppanin kanssa. Yksin perustettaessa yritystoiminta on usein yksinkertaisempaa, jolloin lähipiirin tuki korostuu. Yhteisomistajuudessa kumppanista voi saada arvokasta tukea, mutta vaarana ovat erimielisyydet ja riitatilanteet. (Pyykkö 2011, 24.)

Pyykkö (2011, 25.) viittaa tekstissään aloittavien yrittäjien ohjaamiseen erikoistuneeseen Phil Hollandiin, jonka mielestä yhtiökumppaneissa tulisi olla jotain samaa ja jotain erilaista. Eduksi voidaan lukea yhtiökumppaneiden samanlaiset työskentelytottumukset, eettiset periaatteet, kasvutavoitteet ja johtamiskäytännöt. Osaamisen ja vihiytymisen osalta vastakohdat taas täydentävät toisiaan. Hollandin mukaan yhtiökumppanin mukanaolo turvaa vaikeita aikoja ja helpottaa lomien pitämistä. Yhtiökumppani on monesti myös motivoituneempi kuin tavallinen työntekijä tuoden mahdollisesti lisäresursseja niin taloudellisesti

kuin taidollisesti. Miinuksena on voittojen ja saavutusten jakaminen, sekä kontrollin mahdollinen menettäminen. Riitatilanteessa yhtiökumppanin ostaminen pois yhtiöstä voi olla jopa mahdotonta. (Pyykkö 2011, 25.)

Oma toimintani aloitetaan yksin ilman yhtiökumppaneita. Tällöin perheen tuki korostuu. Minulla on kannustava vaimo, jolta saan paljon apua ja ideoita yrityksen pyörittämiseen. Kahden lapsen isänä olen tutustunut lastenvaatteisiin ja huomannut, kuinka helposti niihin saadaan persoonallisuutta ja väriä serigrafian avulla. Näin ollen myös lapseni ovat tiedostamattaan antaneet oman panoksensa esimerkiksi tuotekehittelyyn ja serigrafioiden suunnitteluun. Perheelläni on myös tärkeä rooli oman jaksamiseni kannalta, sillä yhteiset askareet ja harrastukset vievät ajatukset pois työstä. Myös muut sukulaiset ja ystävät edesauttavat yritystoimintaani ja jaksamistani, joten vaikka toimin yrityksessäni yksin, en koe olevani yksinäinen.

### **5.3 Rekrytointi**

Viitalan ja Jylhän (2011, 232) mukaan rekrytointi eli henkilöstöhankinta on yritykselle yleensä pitkävaikutteinen investointi. Rekrytointiprosessissa määritellään ensin työtehtävän vaatimukset ja siihen haettavan henkilön osaamis- ja muut vaatimukset. (Viitala & Jylhä 2011, 232.)

Rekrytointia voidaan tehdä vakituiseen ja määräaikaiseen työsuhteeseen. Yritykselläni ei ole taloudellisia resursseja palkata henkilökuntaa vakituiseen työsuhteeseen. Määräaikainen työsuhte voi tulla kysymykseen, jos henkilötarve on tilapäinen. Yritykseni voisi palkata määräaikaista työvoimaa esimerkiksi oppisopimuskoulutuksella, työllistämistuella ja vuokratyövoimalla. Myös yhteistyö ammattikorkeakoulujen ja muiden oppilaitosten kanssa voi mahdollistaa opiskelijan saamisen työssä oppijaksi.

Oppisopimuskoulutuksen avulla yrittäjä voi saada ammattilaisen suoraan tarvitsemiinsa tehtäviin. Se on määräaikainen työsuhte, joka sitoo yrittäjää, opiskelijaa, oppilaitosta ja koulutuksen järjestäjää. Yrittäjä tarjoaa ammatin tai tutkinnon edellyttämiä työtehtäviä ja sitoutuu järjestämään työt niin, että opiskelija voi osallistua oppilaitoksen lähipäiviin. Työnantaja maksaa opiskelijalle työehtosopimuksen mukaisen palkan, mutta jos koulutuk-

seen tuleva henkilö on työtön, voi yrittäjä saada työ- ja elinkeinotoimistosta haettavaa palkkatukea. (Työ- ja elinkeinotoimisto.)

Työ- ja elinkeinotoimisto voi myöntää yrittäjälle palkkatukea työttömän henkilön palkkauskustannuksiin, ellei työnhakija työllisty avoimille työmarkkinoille tai hän ei sijoitu koulutukseen. Työn tulee parantaa työttömän työnhakijan ammattitaitoa, osaamista ja työmarkkina-asemaa. Palkkatukea harkitaan tapauskohtaisesti ja se muodostuu perustuesta ja lisäosasta. Vuonna 2013 perustuen osuus on 32,46 euroa päivässä. Lisäosan suuruus vaihtelee tapauksittain, ollen enintään 60 prosenttia perustuen määrästä. (Työ- ja elinkeinotoimisto.)

Palkatun työntekijän palkan vähimmäismäärä ilmenee alan yleissitovasta työehtosopimuksesta. Jos yrittäjä ei kuulu työehtosopimuksen tehneeseen työnantajain yhdistykseen eikä alalla ole häntä velvoittavaa yleissitovaa työehtosopimusta, on palkan oltava kohtuullinen perustuen esimerkiksi alan järjestöjen palkkasuositukseseen. Ellei palkkasuositusta ole, on kokopäivätyöstä maksettava niin paljon, että työssäoloehdon mukainen päivärahaoikeus täyttyy. Se tarkoittaa peruspäivärahan 40-kertaista määrää kuukaudessa ollen vuonna 2013 vähintään 1 134 euroa kuukaudessa. (Holopainen 2013, 121.)

Yrittäjä on aina velvollinen toimittamaan ennakonpidätyksen maksamistaan palkoista. Ennakonpidätyksen määrä selviää työntekijän verokortista. Ennakonpidätysprosentti on 60, jos työntekijä ei esitä verokorttia tai häntä ei ole merkitty ennakonpidätysrekisteriin. Yrittäjän on myös suoritettava työnantajan sosiaaliturvamaksu 16–67 -vuotiaista sairastuvainlain mukaan Suomessa vakuutetuista työntekijöistä. Sosiaaliturvamaksu lasketaan ennakonpidätyksen alaisten palkkojen yhteismäärästä. Vuonna 2013 sosiaaliturvamaksu on 2,04 prosenttia palkoista. (Holopainen 2013, 122.)

Yrittäjä on velvollinen järjestämään työntekijän eläkelain mukaisen vakuutuksen 18–67 -vuotiaille työntekijöille, jos yrittäjä maksaa työntekijälle palkkaa samasta työsuhteesta vähintään 55,59 euroa kuukaudessa. Työeläkemaksut maksetaan palkasta tai muusta vastikkeesta, joka on maksettu tai sovittu maksettavaksi korvauksena tehdystä työstä. Peruspalkan lisäksi tällaisia ovat esimerkiksi ylityökorvaukset, sunnuntai- ja muut lisät, vuosilomapalkat, lomaltapaluupalkat, lomakorvaukset työsuhteen päättyessä, luontaisedut sekä

sairaus- ja tapaturma-ajan palkka. Työeläkevakuutusmaksu vuonna 2013 on 23,4 prosenttia palkoista. (Holopainen 2013, 116–117.)

Työsopimus voidaan tehdä toistaiseksi voimassa olevaksi tai määräajaksi. Määräaikaiselle työsopimukselle tulee olla aina perusteltu syy kuten sijaisuus, työn kausi- tai kertaluontoisuus tai yrityksen toimintaan tai tehtävään liittyvä määräaikaista sopimusta edellyttävä seikka. Työsopimus voidaan tehdä kirjallisesti, suullisesti tai sähköisesti. Suositeltavaa on, että sopimus laaditaan kirjallisena. Näin on helppo tarkistaa työsopimuksessa sovitut ehdot ja välttyä erimielisyyksiltä. (Holopainen 2013, 114.)

Työnantajan on kuitenkin annettava aina kirjallinen selvitys niistä työnteon keskeisistä ehdoista, joista ei ole sovittu kirjallisessa työsopimuksessa. Selvityksessä on käytävä ilmi ainakin

- työnantajan ja työntekijän yhteystiedot
- työnteon alkamisajankohta ja missä työ tehdään
- työntekijän pääasialliset työtehtävät
- määräaikaisen sopimuksen kesto ja peruste
- koeajan pituus joka voi olla enintään 4 kuukautta
- työehtosopimus, jos työnantaja on järjestäytynyt tai jos sellaiseen halutaan vedota
- palkka ja sen määräytymisperusteet sekä palkanmaksukausi
- muut korvaukset, kuten luontaisedut
- palkanmaksukausi, joka on enintään kuukausi
- työaika
- vuosiloman määräytyminen
- irtisanomisaika ja sen määräytymisen peruste. (Holopainen 2013, 115.)

Järvensivun (2009, 226) mukaan yrittäjä voi palkata työntekijöitä joko työsuhteeseen tai ei-työsuhteeseen. Ei-työsuhteilla tarkoitetaan kaikkia niitä tapoja, joilla työvoimaa hankitaan toiselta yrittäjältä, kuten sopimus alihankinnasta, palvelun tuottamisesta ja vuokratyövoimasta. (Järvensivu 2009, 226.) Taulukossa 3 on kerrottu työsuhteen ja ei-työsuhteen edut ja haitat, kun yrittäjä palkkaa työvoimaa.

TAULUKKO 3. Työsuhteen ja ei-työsuhteen edut ja haitat (mukaillen Järvensivu 2009, 227)

	Työsuhde	Ei-työsuhde
Luottamussuhde	Vahvempi.	Heikompi, varsinkin vuokratyövoimassa.
Sopimus	Työsopimuksen ja työehtosopimuksen minimiehdot tunnettava.	Aina sovittava kaikki yksityiskohdat.
Työaika	Työaikalaisissa tarkkaan säädelty, ylitöistä korotettu palkka.	Sopimuksen mukainen.
Palkka / korvaus	Palkka usein määritelty työehtosopimuksessa, lisäksi maksettava palkan sivukulut.	Korvaus vapaasti sovittavissa ilman lisäkuluja.
Verot	Työnantaja vastaa ennakonpidätyksistä.	Sopimuskumppani vastaa.
Sosiaaliturva	Työnantaja maksaa palkan lisäksi.	Sopimuskumppani hoitaa itse.
Vakuuttaminen	Työnantajan velvollisuus.	Sopimuskumppani hoitaa itse.
Vuosiloma	Vuosilomalain mukaan.	Ei kuulu sovittaviin asioihin.
Sairastuminen	Rajoitettu palkanmaksuvelvollisuus.	Ei korvausta sairaanaoloajalta. Voi johtaa viivästyskorvauksiin.
Vahingonkorvaus	Työnantaja vastaa.	Sopimuskumppani vastaa.
Sopimuksen päättäminen	Tarkkaan säädelty työehtosopimuksessa. Usein vaikeita ongelmia.	Päättämällä sopimus. Hyvin yksinkertainen.
Tilaajavastuu	Ei.	Tarkistettava sopimuskumppanin rekisterissä olo.
Yhteenvedo	Monimutkainen, ongelmallinen ja jäykkä, mutta hallittuna varmempi ja edullisempi pitkällä aikavälillä.	Joustavampi mutta epävarmempi. Edullisempi lyhyellä aikavälillä.

#### 5.4 Yritysmuodot

Kyläkallion (2009, 65) mielestä yritysmuodon valintaan vaikuttavat muun muassa yrityksen osallisten määrä, oman ja/tai vieraan pääoman tarve sekä määrä, yrityksen ja sen omistajien verotus, vastuu yrityksen veloista ja velvoitteista, toiminnan tarkoitus, laajuus ja joustavuus sekä voitonjako. Tärkeää on olla perustamatta yritystä henkilöiden kanssa joita ei tunne. Kannattaa aina selvittää mahdollisten kumppaneiden taustat ja luottotiedot sekä olla heille jatkossa avoin ja rehellinen. Myös yhtiösopimukseen pitää kiinnittää erityistä huomiota. (Kyläkallio 2009, 65.)

Myös Holopainen (2013, 21) muistuttaa perustajien määrän vaikuttavan osaltaan yhtiömuodon valintaan. Yhden hengen yrityksessä yksinkertaisinta on toimia yksityisenä elinkeinonharjoittajana, kun taas henkilöyhtiöt, avoin yhtiö ja kommandiittiyhtiö vaativat aina vähintään kaksi yhtiömiestä. Myös osakeyhtiö voi olla niin sanottu yhden miehen osakeyhtiö, jolloin yhtiössä on vain yksi osakas. Jos osakas on hallituksen ainoa varsinainen jäsen, on hallituksessa oltava lisäksi ainakin yksi varajäsen. Jos perustajia on isompi joukko, on vaihtoehtoina yritysmuodolle osakeyhtiö tai osuuskunta. (Holopainen 2013, 21.)

#### **5.4.1 Yksityinen elinkeinonharjoittaja**

Yksityisenä elinkeinonharjoittajana eli toiminimellä voi toimia Euroopan talousalueella asuva luonnollinen henkilö. Muualla asuva tarvitsee toiminnalleen Patentti- ja rekisterihallituksen luvan. Perustamiseen tarvittavalle pääomalle ei ole minimimäärää ja perustamiseen riittää perustamisilmoitus kaupparekisteriin. Yksityisen elinkeinonharjoittajan toiminnasta ei laissa ole määräyksiä tilintarkastuksesta. (Holopainen 2013, 23, 62.)

Yrittäjä itse edustaa yritystä ja on ainoa yrityksen toimitilin tehden kaikki päätökset itse. Hän vastaa myös yritystoiminnastaan syntyneistä velvoitteistaan koko omaisuudellaan saaden yrityksen mahdollisen tuottaman voiton itselleen ja vastaten yksin myös mahdollisesta tappiosta. (Holopainen 2013, 23.)

Myös Kyläkallio (2009, 66) painottaa yksityisen elinkeinonharjoittajan vastuuta yrityksen sitoumuksista ja veloista. Toisaalta yrittäjä voi täysin vapaasti nostaa rahavaroja yksityistaloutensa käyttöön, eikä toiminnassa vaadita mitään erityisiä hallintoelimiä. Toiminimi on vartenotettava vaihtoehto yksinyrittäjälle sekä pienille perheyriyksille. Yrittäjän oma työpanos sekä perheen tuki ovat ratkaisevassa asemassa yrityksen toiminnassa. (Kyläkallio 2009, 66.)

Toiminimi on yritysmuoto, jolla aloitan oman yritystoimintani pyörittämisen. Se on yksinkertainen ja edullinen perustaa. Yrityksen pyörittäminen toiminimellä on byrokraattisesti yksinkertaista ja vaivatonta. Toiminimi sopii yhtiömuodoksi varsinkin silloin, kun kyse on sivutoimisesta yritystoiminnasta. Toiminnan kasvaessa yritysmuodon muuttaminen osakeyhtiöksi voi olla järkevä vaihtoehto.



### 5.4.2 Avoin yhtiö

Avoimen yhtiön perustajia eli yhtiömiehiä tulee olla vähintään kaksi, jotka voivat olla joko luonnollisia henkilöitä tai yhteisöjä kuten muita yhtiöitä. Vähintään yhden yhtiömiehen asuinpaikka on oltava Euroopan talousalueella tai muutoin on haettava lupa Patentti ja rekisterihallitukselta kaikille yhtiömiehille, jotka asuvat tai sijaitsevat Euroopan talousalueen ulkopuolella. (Holopainen 2013, 24.)

Avoin yhtiö syntyy tasavertaisten yhtiömiesten sopimuksella, joka määrittelee keskinäiset oikeudet ja velvollisuudet. Yhtiösopimus voi olla periaatteessa suullinen, mutta kirjallisen sopimuksen teko on suotavaa keskinäisten oikeuksien ja velvollisuuksien määrittelemiseksi. Myös perustamisilmoitus kaupparekisteriin vaatii kirjallisen yhtiösopimuksen. (Iloniemi ym. 2009, 66.)

Avoimessa yhtiössä ei ole pakollisia toimielimiä, mutta siinä voi olla toimitusjohtaja, hallitus ja yhtiömiesten kokous. Myöskään tilitarkastajia ei valita, ellei lainsäädäntö, yhtiökokous tai yhtiömiehet edellytä valintaa. Perustamisessa ei tarvita rahapanosta, pelkkä työpanos riittää. (Holopainen 2013, 24–25.)

Avoimessa yhtiössä yhtiömiehellä on oikeus hoitaa yhtiön asioita ja edustaa yhtiötä ilman toisen yhtiömiehen myötävaikutusta, ellei yhtiömiesten sopimuksella tätä ole rajoitettu. Yhtiömiehet vastaavat yhtiön sitoumuksista ja veloista koko omaisuudellaan ulottuen myös toisen yhtiömiehen yksin tekemiin yhtiön sitoumuksiin. Yhtiösopimuksessa vastuu voidaan kuitenkin rajoittaa yhden tai useamman, ei kuitenkaan kaikkien, yhtiömiehen sopimuksen osoittaman omaisuuspanoksen määrään. Avoin yhtiö voi maksaa yhtiömiehille palkkaa, mutta rahaa voi nostaa myös yksityisottoina omaan käyttöönsä. (Kyläkallio 2009, 67–68.)

Raatikainen (2012, 69) korostaa avoimessa yhtiössä kiinteää yhteistyötä ja luottamusta yhtiökumppaneiden välillä. Hänen mielestään avoin yhtiö sopii yritysmuodoksi pienille yrityksille kuten perheyriksille. (Raatikainen 2012, 69.) Koska toimin yksin, ei avoin yhtiö sovellu yritykseni yhtiömuodoksi.

### 5.4.3 Kommandiittiyhtiö

Kommandiittiyhtiön perustajia eli yhtiömiehiä tulee olla vähintään kaksi, joista vähintään yhden on oltava vastuunalainen ja yhden äänetön yhtiömies. Vähintään yhden vastuunalaisen yhtiömiehen asuinpaikka on oltava Euroopan talousalueella tai muutoin on haettava lupa Patentti ja rekisterihallitukselta kaikille vastuunalaisille yhtiömiehille, jotka asuvat tai sijaitsevat Euroopan talousalueen ulkopuolella. Äänettömien yhtiömiesten ei tarvitse asua Euroopan talousalueella. (Holopainen 2013, 27.)

Kommandiittiyhtiön yhtiömiehet voivat olla luonnollisia henkilöitä tai yhteisöjä kuten muita yhtiöitä. Yhtiö syntyy yhtiömiesten sopimuksella, jossa määritellään keskinäiset oikeudet ja velvollisuudet. Myös perustamisilmoitus kaupparekisteriin vaatii kirjallisen yhtiösopimuksen. Vastuunalainen yhtiömies käyttää yhtiön päättäntävaltaa ja vastaa yhtiön sitoumuksista samalla lailla kuin avoimen yhtiön yhtiömies. Äänettömällä yhtiömiehellä ei ole oikeutta ilman eri valtuutusta edustaa yhtiötä, eikä hän ole vastuussa yhtiön velvoitteista kuin sijoittamallaan omaisuuspanoksen määrällä. (Kyläkallio 2009, 76–77.) Kommandiittiyhtiö ei sovellu yritykseni yhtiömuodoksi, koska toimin yrityksessäni yksin.

### 5.4.4 Osakeyhtiö

Osakeyhtiön voi perustaa yksi tai useampi luonnollinen henkilö tai yhteisö kuten muu yhtiö sijoittamalla yhtiöön rahaa tai muuta omaisuutta. Sijoitustaan vastaan henkilöllä on oikeus merkitä yhtiön osakkeita. (Iloniemi ym. 2009, 81.) Osakeyhtiön perustaminen ei aseta vaatimuksia asuin- tai kotipaikan suhteen, joten perustaja voi olla myös Euroopan talousalueen ulkopuolella toimiva henkilö. Pakolliset toimielimet on hallitus ja tilintarkastajat. Hallituksen jäsenmäärä koostuu yhdestä viiteen varsinaisesta jäsenestä. Jos hallitukseen kuuluu alle kolme jäsentä, on valittava ainakin yksi varajäsen. Yksityisen osakeyhtiön osakepääoman on oltava vähintään 2 500 euroa ja julkisen osakeyhtiön 80 000 euroa. (Holopainen 2013, 30–32.)

Osakeyhtiön perustamiseksi laadittava osakkeenomistajien allekirjoittama perustamissopimus, jossa ilmenee osakkeiden määrä. Perustamissopimuksessa on aina mainittava sopimuksen päivämäärä, kaikki osakkeen omistajat ja heidän merkitsemät osakkeet, osakkeesta

yhtiölle maksettava määrä eli merkintähinta, osakkeen maksuaika sekä yhtiön hallituksen jäsenet. Tarvittaessa perustamissopimuksessa mainitaan myös yhtiön toimitusjohtaja, hallintoneuvoston jäsenet sekä tilintarkastajat. Perustamissopimukseen tulee myös yhtiöjärjestys sekä tilikausi. (Kyläkallio 2009, 81.)

Kyläkallion (2009, 80) mielestä suurin etu henkilöyhtiöihin verrattuna on, etteivät osakkeenomistajat ole vastuussa yhtiön veloista ja sitoumuksista kuin sijoittamallaan pääomallaan ellei yhtiöjärjestyksessä ole muutoin määrätty. Näin ollen osakkeenomistaja ei ole henkilökohtaisessa vastuussa, vaikka käytännössä pienimuotoisen osakeyhtiön osakkeenomistaja voi joutua antamaan yhtiön pankkilainojen vakuudeksi henkilötakauksen tai muuta vakuutta. Osakeyhtiö sopii parhaiten keskisuurille ja suuryrityksille, mutta on sopiva vaihtoehto myös pienimuotoiseen yritystoimintaan. (Kyläkallio 2009, 80.) Jos yritystoimintani kasvaa ja siitä tulee päätoimista, on yhtiömuodon vaihtaminen osakeyhtiöksi varteenotettava vaihtoehto.

#### **5.4.5 Osuuskunta**

Kyläkallion (2009, 138) mukaan osuuskunnan tarkoituksena on jäsenten talouden ja elinkeinon tukeminen taloudellisella toiminnalla, jossa jäsenet käyttävät hyväkseen osuuskunnan tarjoamia palveluita. Myös aatteellisen tarkoituksen yhteinen toteuttaminen on mahdollista osuuskunnan avulla. (Kyläkallio 2009, 138.)

Osuuskunnan perustajia tulee olla vähintään kolme luonnollista henkilöä tai yhteisö kuten muu yhtiö. Perustaminen ei aseta vaatimuksia asuin- tai kotipaikan suhteen, joten perustaja voi olla myös Euroopan talousalueen ulkopuolella toimiva henkilö. Osuuskunnan perustajan on tultava myös osuuskunnan jäseneksi. (Holopainen 2013, 35.)

Osuuskunnan toimielimet ovat osuuskunnan kokous tai edustajisto, hallitus tai hallintoneuvosto sekä toimitusjohtaja, jos säännöissä niin määrätään tai hallitus niin päättää. Osuuskunnan perustamiseen tarvitaan vähintään osuuskunnan perustamisasiakirja, hallituksen kokouspöytäkirja ja perustamisilmoitus kaupparekisteriin. Perustamiskirjassa on oltava selitys, että on tarkoitus perustaa osuuskunta, osuuskunnan säännöt, perustajan nimi ja ositetiedot, perustajille annettavat osuudet, perustamisesta yhtiön maksettavaksi tulevat kulut

tai näiden kulujen arvioitu enimmäismäärä sekä osuuskunnan ensimmäisen hallituksen ja tilintarkastajien nimet. Jos hallintoneuvosto valitsee hallituksen, on perustamiskirjassa oltava hallintoneuvoston jäsenten nimet. (Holopainen 2013, 36.) Koska toimin yksin, ei osuuskunta sovellu yritykseni yhtiömuodoksi.

## 5.5 Pankkitilin avaaminen ja laskutus

Pankkitilin avaamiseen tarvitaan alle kolme kuukautta vanha kaupparekisteriote. Kassa-vaihtelun tasaamiseksi voidaan avata myös luotollinen tili, johon pankki vaatii vakuudet. Yritykset ovat siirtyneet pankkitileissä yhtenäiseen euromaksualueeseen eli Sepaan, jossa tilinumerot ovat kansainvälisiä IBAN-tilinumeroita. IBAN-tilinumerossa on pankkitilinumeron lisäksi FI-etuliite ja kaksi tarkistusnumeroa. Pankkitilinumeron muutoksella parannetaan erityisesti yli rajojen tapahtuvaa maksamista. (Järvensivu 2009, 237.) Perheeni pankkipalvelut ovat keskitetty yhteen pankkiin. Käytän samaa pankkia myös omassa yritystoiminnassani.

Suomen arvonlisäverolain 209b § mukaan laskussa on mainittava vähintään

- laskun antamispäivä
- yhteen tai useampaan sarjaan perustuva juokseva tunniste, jolla lasku voidaan yksilöidä
- myyjän arvonlisäverotunniste eli Y-tunnus
- ostajan arvonlisäverotunniste eli Y-tunnus, mikäli hän on ostosta arvonlisävelvollinen
- myyjän ja ostajan nimi ja osoite
- myytyjen tavaroiden tai palvelujen määrä ja luonne
- tavaroiden toimituspäivä, palvelujen suorituspäivä tai ennakkomaksun maksupäivä
- veron peruste kunkin verokannan tai verottomuuden osalta, yksikköhinta ilman veroa sekä hyvitykset ja alennukset, jos niitä ei ole otettu huomioon yksikkö hinnassa
- verokanta
- suoritettavan veron määrä euroissa. (Arvonlisäverolaki 29.6.2012/399)

## 5.6 Verotus ja vakuutukset

Yritysmuoto vaikuttaa keskeisesti yrityksen ja sen omistajien verotukseen. Osakeyhtiöitä ja osuuskuntia verotetaan yhteisinä, jossa vero tulosta maksuunpannaan yhteisölle itselleen. Myös omistajia verotetaan tietyin rajoituksin heidän yhteisöltä saamistaan tuloista. Henkilöyhtiöitä eli avointa- ja kommandiittiyhtiöitä verotetaan elinkeinoyhtyminä, jossa tulot verotetaan sen omistajien eli yhtiömiesten tulona. Toiminimen tulo verotetaan liikkeenharjoittajan tulona. Kaikilla yritysmuodoilla voi olla useita tulonlähteitä, ja niitä voidaan verottaa elinkeinoverolain ja tuloverolain mukaan. Tulolähdejako voi vaikuttaa pääomatulon määrään, tuloksen määrittelyyn ja varausten tekoon. Tavallisesti elinkeinotoiminnan tulonlähde sisältää yrityksen osto- ja myyntitoiminnan sekä mahdolliset muut palvelut. Myös erilaiset verovähennykset tehdään pääsääntöisesti tulolähteittäin. Henkilökohtainen tulonlähde puolestaan sisältää kiinteistövuokraukset ulkopuolisille, saamiset yhtiömiehiltä ja normaalista liiketoiminnasta erillisen sijoitustoiminnan. (Kukkonen & Walden 2011, 16–17.)

Verohallinnolle annetaan vuosittain ilmoitus tuloista ja omaisuudesta veroilmoituksella, johon kuuluvat veroilmoituslomake sekä liitelomakkeet ja mahdolliset muut, vapaamuotoiset liitteet. Pääsääntöisesti kaikkien yritysten ja yhteisöjen on annettava veroilmoitus ilman erillistä kehotusta. (Verohallinto.)

Yhdenkertaista eli maksuperusteista kirjanpitoa pitävän yksityisen liikkeenharjoittajan tilikausi ja näin ollen myös verovuosi on normaalisti kalenterivuosi. Toimintaa aloitettaessa tai lopetettaessa tilikausi saa olla kalenterivuotta lyhyempi tai pitempi kuitenkin enintään 18 kuukautta. Jos tilikausi on muu kuin kalenterivuosi, verovuosi muodostuu kyseisen kalenterivuoden aikana päättyneestä tilikaudesta. Yrityksellä voi kalenterivuoden aikana päättyä useampikin kuin yksi tilikausi. Tällöin tilikausien tuotto- ja kulutiedot ilmoitetaan yhdistettyinä samalla veroilmoituksella ja liitelomakkeilla. (Verohallinto.)

Yksityisen liikkeenharjoittajan on palautettava veroilmoitus Verohallinnon lähettämän veroilmoituslomakkeen merkittynä päivänä mennessä, joka on yleensä huhti-toukokuussa. Lisäaikaa veroilmoituksen palauttamiseen voi hakea, jos siihen on erityisiä syitä. Verohallinto voi pidentää veroilmoituksen palauttamisaikaa ennen viimeistä palautuspäivää. Varaliskuustiedot ilmoitetaan viimeksi päättyneen tilikauden tietojen perusteella. Yksityisen liik-

keenharjoittajan henkilökohtaisten tulojen kuten palkkojen ja palkkioiden verovuosi on aina kalenterivuosi. Henkilökohtaisista tuloistaan liikkeenharjoittaja saa esitäytetyn veroilmoituksen, joka palautetaan vain, jos siihen on jotain korjattavaa tai lisättävää. (Verohallinto.)

### 5.6.1 Arvonlisävero

Arvonlisävero on kulutusvero, joka on tarkoitettu kuluttajan maksettavaksi. Myyjä sisällyttää arvonlisäveron tavaran tai palvelun myyntihintaan. Yrittäjä voi vähentää arvonlisäveron ostaessa tuotteita tai palveluita toiselta arvonlisävelvolliselta yrittäjältä, jos tuotetta tai palvelua käytetään arvonlisäverollisessa liiketoiminnassa. Veroa ei voi vähentää tavaroista ja palveluista, jotka on ostettu yrityksen omistajien tai henkilökunnan yksityiskäyttöön tai jotka kuuluvat vähennysoikeuden rajoitusten piiriin. Yksityisen liikkeenharjoittajan on ilmoitauduttava arvonlisäverovelvolliseksi Verohallinnon rekisteriin, jos 12 kuukauden pituisen tilikauden liikevaihto ylittää 8 500 euroa. Halutessaan yrittäjä voi ilmoittautua arvonlisävelvolliseksi, vaikka liikevaihto jäisikin alle 8 500 euron. Yrityksen liikevaihdon suuruutta arvioitaessa kannattaa olla realistinen, sillä jos 8 500 euron raja ylittyy, yrittäjä joutuu maksamaan arvonlisäveron takautuvasti tilikauden alusta eli arvonlisävero on suoritettava koko tilikauden myynnistä, ei vain ylittävältä osalta. (Verohallinto.)

Kausiveroilmoitus annetaan kohdekausittain, joka on pääsääntöisesti yksi kuukausi. Se annetaan silloinkin, kun toiminta on keskeytynyt tai kuukaudelle laskettu arvonlisävero on negatiivinen. Vero tulee negatiiviseksi, jos kuukauden myyntiin sisältynyt vero on kuukauden ostojen sisältyvää veroa pienempi. Sähköisessä muodossa annetun kausiveroilmoituksen eräpäivä on kohdekautta seuraavan toisen kuukauden 12. päivä. Esimerkiksi tammi-kuun arvonlisäveron eräpäivä on 12.3. Jos 12. päivä ei ole pankkipäivä, siirtyy eräpäivä seuraavaksi pankkipäiväksi. Paperisen ja postitse lähetetyn kausiveroilmoituksen on oltava Verohallinnossa viimeistään viisi päivää aikaisemmin kuin sähköisen. (Verohallinto.)

Liikevaihdon ollessa enintään 25 000 euroa yksityinen elinkeinonharjoittaja voi hyödyntää pitkää ilmoitus- ja maksujaksoa, jolloin arvonlisäveron kausiveroilmoitus annetaan ja maksu suoritetaan kalenterivuositain. Liikevaihdon ollessa 25 000–50 000 euroa, kausiveroilmoituksen annon ja maksun suorittamisen voi tehdä neljännesvuositain eli kolmen kuu-

kauden välein. Kuvataiteilijat ovat oikeutettuja kalenterivuoden pituiseen ilmoitus- ja maksujaksoon arvonlisäveron osalta liikevaihdon suuruudesta riippumatta. Arvonlisävero tilitetään Verohallinnon tilille ja maksamista varten tarvitaan verotiliviite, joka saadaan, kun yritys rekisteröityy arvonlisävelvolliseksi. (Verohallinto.)

Arvonlisäveron alarajahuojennuksen voivat saada kaikki arvonlisävelvolliset yritysmuodosta riippumatta, jos tilikauden veroton liikevaihto on alle 22 500 euroa. Maksettavasta arvonlisäverosta verovelvollinen laskee itse huojennukseen oikeuttavan määrän ilmoittaa tiedot tilikauden viimeisen kuukauden tai kalenterivuoden viimeisen kohdekauden kausiveroilmoituksella. Liikevaihdon ollessa enintään 8 500 euroa, saa verovelvollinen huojennuksena koko tilikaudelta tilitettävän veron. Alle 22 500 euron liikevaihdossa huojennus tapahtuu osittain seuraavalla laskukaavalla:  $\text{vero} - (\text{liikevaihto} - 8\,500) \times \text{vero} / 14\,000$ . Huojennusta ei voi saada tilikaudelta suoritettavan veron ollessa negatiivinen. (Verohallinto.)

Yleinen verokanta on 1.1.2013 alkaen 24 prosenttia. Ravintola- ja ateriapalveluissa arvonlisävero on 14 prosenttia. Alennettu verokanta on 10 prosenttia. Siihen kuuluvat esimerkiksi taide-esineet, kirjat sekä vähintään kuukauden ajaksi tilatut sanoma- ja aikakauslehdet. (Verohallinto.)

### **5.6.2 Ennakkovero**

Ammatinharjoittajan elinkeinotoiminnan tulojen ennakonpidätys hoidetaan yleensä ennakokokantona, jossa Verohallinto määrää yrittäjälle etukäteen maksettavan ennakkoveron eli ennakot. Ennakoiden määrä perustuu elinkeinotoiminnan verotettavaan tulokseen, joiden on vastattava mahdollisimman tarkoin verovuoden lopullista veroa. Verohallinto määrää ennakot tulevalle vuodelle yleensä automaattisesti käyttäen pohjana viimeksi päättyneen verotuksen tulotietoja. Aloittava yrittäjä arvioi elinkeinotoimintansa tuloksen määrän ja ilmoittaa sen Verohallinnolle perustamislomakkeella Y3. Kun toiminta on käynnistynyt, voi ennakkoveroja hakea Verokorttihakemus ja ennakkoverohakemus -lomakkeella 5010. Yrittäjän ennakoiden määrään vaikuttavat elinkeinotoiminnan verotettavan tuloksen lisäksi kaikki muut yrittäjän verovuoden tulot ja verovähennykset. (Verohallinto.)

Verohallinnon määräämistä ennakoveroista Verohallinto lähettää postitse ennakoveropäätöksen ja tilinsiirtolomakkeet. Yrittäjän on tarkistettava, että ennakoverojen pohjana käytetyt tiedot vastaavat mahdollisimman tarkoin verovuoden lopullista veroa. Vuoden aikana kannattaa seurata tulosarvion toteutumista. Jos esimerkiksi ennakoita on määrätty liian suureksi, täytyy pyytää Verohallintoa alentamaan ennakoita sen sijaan, että maksaisi vähemmän kuin on määrätty tai jättäisi verot kokonaan maksamatta. Ennakoihin haetun muutoksen jälkeen Verohallinto lähettää uuden ennakoveropäätöksen tilinsiirtolomakkeineen. Aiemmat ennakoita ja niiden maksupäivät ovat voimassa niin kauan, kunnes uusi korvaava ennakoveropäätös saapuu. (Verohallinto.)

Ammatinharjoittajille määrätään ennakot kahdessa tai useammassa yhtä suuressa erässä. Pienin ennakoon maksettavaksi määrättävä summa on 170 euroa. Jos ammatinharjoittaja on maksanut liikaa ennakkoja, hän saa veronpalautusta, josta Verohallinto maksaa palautuskorkoa. Jos ammatinharjoittaja on maksanut liian vähän ennakkoja, joutuu hän maksamaan puuttuvan osan veroista jäännösverona lopullisessa verotuksessa. Jäännösveroon lisätään myös maksettava jäännösveron korko. Ammatinharjoittaja voi maksaa omaaloitteisesti ennakon täydennysmaksua, jos määrätty ennakovero on liian pieni tai sitä ei ole määrätty lainkaan. Tällöin yrittäjän on itse laskettava ennakon täydennysmaksun määrä. (Verohallinto.)

### **5.6.3 Yrittäjän eläkevakuutus**

Yrittäjän on huolehdittava omasta eläketurvastaan. Yrittäjän eläkelain eli YELin piiriin kuuluvat Suomessa asuvat ansiotyötä tekevät henkilöt, joiden työskentely ei tapahdu työ- tai virkasuhteessa. Vakuutus on pakollinen, jos yrittäjä on 18-67-vuotias, yritystoiminta on jatkunut yhtäjaksoisesti vähintään neljä kuukautta ja yrittäjän arvioitu työtulo ylittää vakuuttamisvelvollisuuden alarajan 7 303,99 euroa vuodessa. Myös sivutoimisella yrittäjällä pitää olla YEL-vakuutus, jos YEL-tuloksi on arvioitu vähintään 7 303,99 euroa vuodessa. (Verohallinto.)

Yrityseläkemaksun määrä vuonna 2013 on alle 53-vuotiaalta yrittäjältä 22,5 prosenttia ja yli 53-vuotiaalta 23,85 prosenttia YEL-työtulosta. YEL-työtulo tarkoittaa yrittäjän työpanoksen taloudellista arvoa, jonka perusteella lasketaan eläkkeen määrä ja vakuutusmak-



su. Yrittäjän työpanoksen arvon muuttuessa YEL-työtuloa voidaan tarkistaa. Uusi yrittäjä saa vakuutusmaksuunsa alennuksen 48 ensimmäiseltä kuukaudelta. Alennusprosentti on 1.1.2013 alkaen 22 prosenttia. Vakuutuskulut yrittäjä saa vähentää verotuksessa. (Verohallinto.)

#### **5.6.4 Vapaaehtoiset vakuutukset**

Lakisääteisten vakuutusten lisäksi yrittäjä voi ottaa erilaisia vapaaehtoisia vakuutuksia ennalta arvaamattomien tapahtumien varalle. Vakuutusturvaa kannattaa harkita tarkkaan yhdessä yritysvakuuttamisen asiantuntijoiden kanssa. Yritys voi halutessaan ottaa esimerkiksi vakuutukset omaisuudestaan, yritystoiminnan keskeytymisestä, ulkopuolisille aiheutetuista vahingoista, tuotevastuusta ja oikeusturvasta. Usein aloittava yritys ei vahinkotilanteissa saa täyttä korvausta, koska vakuutusturva voi olla puutteellinen tai alimitoitettu. (Holopainen & Levonen 2008, 259–260.)

Yrityksen omaisuus jaetaan käyttö-, vaihto- ja kiinteään omaisuuteen. Käyttöomaisuuteen kuuluvat esimerkiksi koneet, laitteet ja kalusto. Myös rahat, arvopaperit ja arkistot kuuluvat käyttöomaisuuden piiriin. Vaihto-omaisuutta ovat esimerkiksi puolivalmiit ja valmiit tuotteet, raaka-aineet ja tarvikkeet sekä pakkausmateriaalit. Kiinteään omaisuuteen kuuluvat yrityksen rakennukset ja rakennelmat. (Holopainen & Levonen 2008, 259.)

Yritystoiminta voi keskeytyä yrittäjän tapaturman tai sairauden vuoksi. Myös yrityksen tiloissa sattunut vahinko voi keskeyttää toiminnan. Yritystoiminnan keskeytysvakuutus voi korvata myös yritystoiminnan keskeytyksestä syntyneen vahingon silloin, kun keskeytys johtuu alihankkijan tai muun tavaran toimittajan omaisuutta kohdanneesta vahingosta. (Holopainen & Levonen 2008, 259–260.)

Vastuuvakuutus korvaa yrityksen toiminnallaan ulkopuoliselle aiheuttamat henkilö- ja omaisuusvahingot tiettyyn rajaan asti, joista yritys on korvausvelvollinen. Myös mahdolliset tuotteisiin ja palveluihin liittyvät tuotevastuuriskit voidaan vakuuttaa. Yritystoimintaan liittyvät sopimus- ja riita-asioista aiheutuvat oikeudenkäyntikulut on mahdollista vakuuttaa oikeusturvavakuutuksella. (Holopainen & Levonen 2008, 260.)

### 5.6.5 Työhuonevähennys

Asunnon yhteydessä huomattavaa sivutuloa tekevä henkilö on oikeutettu työhuonevähennykseen. Vähennys myönnetään kaavamaisin perustein kattaa työhuoneen vuokran, kalusteet, valon, sähkön, lämmön ja siivouksen. Työhuonevähennys myönnetään yleensä

- niille, joille työnantaja ei ole järjestänyt työhuonetta ja jotka käyttävät työhuonetta pääansiotulonsa hankkimiseksi, 760 euroa vuodessa
- niille, jotka käyttävät työhuonetta osapäiväisesti pääansiotulonsa tai pysyväisluontoisten tai huomattavien sivutulojensa hankkimiseksi, 380 euroa vuodessa
- niille, jotka käyttävät asuntoa satunnaisten sivutulojen hankkimiseksi, 190 euroa vuodessa.

Jos molemmat aviopuolisot käyttävät osapäiväisesti pääansiotulojensa tai pysyväisluontoisten sivutulojen hankkimiseksi työhuonetta, vähennyksen määrä on yhteensä 570 euroa vuodessa. Työhuonevähennys voidaan myöntää myös suurempana, jos esitetään selvitys todellisesti aiheutuneista kuluista. (Verohallinto.)

## 5.7 Kirjanpito

Kaikilla liiketoimintaa harjoittavilla on kirjanpitovelvollisuus, jonka säännöt asetetaan kirjanpitolaissa ja asetuksissa. Myös verotusta koskevat lait ohjaavat kirjanpidon pitämistä. Kirjanpitolautakunta antaa lausuntoja, päätöksiä ja yleisohjeita hyvästä kirjanpitotavasta, jota yrittäjän on noudatettava. (Holopainen 2013, 152.)

Kirjanpidon on oltava ajan tasalla. Juoksevaan eli tilikauden aikana tehtävään kirjanpitoon merkitään määräajassa yritystoiminnan tulot, menot ja muut rahoitustapahtumat. Näin ollen käteisrahalla tapahtuneet maksut kirjataan päiväkohtaisesti ja muut kirjaukset, kuten tiliotteilla näkyvät maksuliikkeet sekä menot ja tulot, kirjataan kuukausikohtaisesti viimeistään neljän kuukauden kuluessa kalenterikuukauden päättymisestä. Arvonlisävero ilmoitetaan ja maksetaan Verohallinnolle kausiveroilmoituksella joko kuukausittain, neljännesvuosittain tai kalenterivuositain. Yrityksen vuosiliikevaihdon ollessa enintään 25 000 euroa, arvonlisäveron voi ilmoittaa ja maksaa kalenterivuositain. Vuosiliikevaihdon ollessa enintään 50 000 euroa ilmoittamisen ja maksamisen voidaan tehdä kolmen

kuukauden välein neljännesvuosittain. Halutessaan yritys voi valita lyhyemmänkin ilmoitus- ja maksujakson kuin mihin liikevaihto oikeuttaisi. (Holopainen 2013, 107, 152.)

Kevennettyä, yhdenkertaista kirjanpitoa pitävän ammatinharjoittajan tilikausi on aina kalenterivuosi eli 1.1.-31.12. Tilikaudelta laaditaan tilinpäätös, joka käsittää taloudellista asemaa kuvaavan taseen ja tuloksen muodostumista kuvaavan tuloslaskelman. Julkiset ja suuret osakeyhtiöt ja osuuskunnat laativat myös rahoituslaskelman ja toimintakertomuksen. Yritysten, joiden

- liikevaihto tai sitä vastaava tuotto on alle 7,3 miljoonaa euroa
- taseen loppusumma on alle 3,65 miljoonaa euroa
- palveluksessa on alle 50 henkilöä

ei tarvitse tehdä rahoituslaskelmaa eikä toimintakertomusta, mikäli enintään yksi luetelluista rajoista on ylittynyt sekä päättyneellä että sitä edeltäneellä tilikaudella. (Holopainen 2013, 153–154.)

Siikavuon (2009, 150) mukaan kirjanpitäjä on yrittäjän paras ystävä, jonka valintaan kannattaa perehtyä huolellisesti. Kannattaa siis selvittää kirjanpitäjän kokemus, sillä kokenut kirjanpitäjä on yrittäjälle turvallinen valinta. Usein aloittavalla yrittäjällä kaikki on epävarmuuden peitossa ja kokemattomat kirjanpitäjät ovat aina yksi epävarmuustekijä lisää. Siikavuo painottaa, että kirjanpitäjä ei saisi olla pelkkä tilitoimisto vaan ihminen, johon on luotava henkilökohtaiset suhteet. Kirjanpitäjän tulisi tuntea hyvin sekä yrittäjä perhettä myöten kuten myös yritys sidosryhmineen. Näin hänelle tulee kokonais käsitys siitä, millainen yrittäjä on ja mitä kirjanpitäjältä odotetaan. Ei kannata mennä anonyymiksi asiakkaaksi isoon toimistoon, koska sieltä ei välttämättä löydy henkilöä, jonka kanssa voi keskustella syvällisesti ja joka on oikeasti kiinnostunut pienen yrittäjän asiasta. Hyvä kirjanpitäjä voi tuoda hintansa takaisin yritykseen jopa kymmenkertaisena, kun taas huonon kanssa tilanne voi olla täysin päinvastainen. (Siikavuo 2009, 150.)

Yritystoimintani kirjanpidon ulkoistan kirjanpitotoimistolle. Tunnen paikkakunnalta entuudestaan tilitoimiston, jonka kanssa joitakin kertoja asioidessani olen saanut asiantuntevaa ja luotettavaa palvelua. Kyseisen toimiston kanssa asioisin mielelläni myös oman yritystoimintani kirjanpitoasioissa.

## 5.8 Rahoitus

Holopaisen (2013, 166) mukaan yrittäjän sijoittama oma pääoma antaa rahoittajille uskotavuutta hankkeeseen. Yrittäjän tulisi sijoittaa hankkeen koosta riippuen vähintään 20 prosenttia koko pääomatarpeesta. Varsinkin pienissä hankkeissa isompi sijoitus lisää hankkeen painoarvoa. (Holopainen 2013, 166.)

Aloitan yritystoimintani pienimuotoisesti ilman isoja investointeja, joten ulkopuolista rahoitusta en ainakaan alkuvaiheessa tarvitse. Minulta löytyy omasta takaa liiketilat ja tarvittavat laitteet ja kalusto yritystoiminnan aloittamiseen. Joitakin hankintoja täytyy tehdä, jolloin rahoitusmuotona voi olla leasing- tai investointirahoitussopimus. Myöskään starttirahaa en voi anoa, jos yritystoimintani on sivutoimista. On kuitenkin hyvä käydä läpi eri rahoitusvaihtoehtoja, sillä koskaan ei tiedä millaisessa tilanteessa olen, kun yrityksen perustaminen on ajankohtaista.

### 5.8.1 Starttiraha

Starttiraha on aloittavan yrittäjän tuki, jolla on tarkoitus edistää uuden yritystoiminnan syntymistä ja henkilön työllistymistä. Sillä turvataan yrittäjän toimeentulo yritystoiminnan käynnistämisessä. Starttirahaa voidaan myöntää työttömille työnhakijoille sekä palkkatyöstä, opiskelusta tai kotityöstä kokoaikaiseksi yrittäjäksi siirtyvälle. Edellytykset tuen saamiseen ovat esimerkiksi päätoiminen yrittäjyys, riittävät valmiudet aiottuun yritystoimintaan, mahdollisuudet jatkuvaan ja kannattavaan toimintaan sekä tarpeellisuus yrittäjäksi ryhtyvän toiminnan kannalta. Yritystoimintaa ei voida aloittaa ennen kuin tuen myöntämisestä on päätetty, mutta esimerkiksi yrittäjäkoulutuksen voi aloittaa käsittelyn aikana. (Työ- ja elinkeinoministeriö.)

Starttirahaa voidaan hakea työ- ja elinkeinoministeriön lomakkeella tai työ- ja elinkeinotoimiston verkkopalvelussa. Päätöksen tuen myöntämisestä tekee työ- ja elinkeinotoimisto, joka ennen starttirahan myöntämistä selvittää, että yrittäjyys on hakijalle sopiva työllistymisvaihtoehto. Starttiraha muodostuu perustuesta, jonka suuruus vuonna 2013 on 32,46 euroa päivässä ja lisäosasta, jonka suuruus on enintään 60 prosenttia perustuen määrästä.

Tukea saadaan niin kauan kuin yritystoiminnan käynnistäminen ja vakiinnuttaminen arvioidaan kestävän, enimmillään kuitenkin 18 kuukauden ajan. (Työ- ja elinkeinoministeriö.)

### **5.8.2 Yrityksen kehittämisavustus**

Yrityksen kehittämisavustusta voidaan hakea pitkän aikavälin kilpailukykyä parantavaan hankkeeseen yrityksen aloittaessa toimintaansa tai laajentaessa ja kehitettäessä sitä. Avustettavan kohteen tulee olla merkittävä yrityksen kasvun, teknologian, tuottavuuden, liike-toimintaosaamisen tai kansainvälistymisen kehittämisen kannalta. (Elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskus.)

Aloittavalle tai laajentavalle pienelle yritykselle kehitysavustusta voidaan myöntää toiminnan aloittamiseen tai laajentamiseen liittyvien asiantuntija- ja muiden palvelujen käytöstä aiheutuviin menoihin sekä toimitilojen ja laitteiden vuokramenoihin. Myös uusien työntekijöiden palkkamenojen perusteella tai yrittäjän kohtuullisten laskennallisten palkkamenojen perusteella avustusta voidaan myöntää. Avustus on enintään 50 prosenttia ja sitä voi saada enintään kahden vuoden ajan. (Elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskus.)

### **5.8.3 Pankkilaina**

Yleisin vieraan pääoman lähde on pankkilaina. Lainan saamiseksi pankit vaativat turvaavan vakuuden. Yrittäjän on osattava arvioida aloittavan yrityksen ja yrittäjän omaisuuden vakuusarvo eli kuinka paljon on saatavissa lainarahaa vakuuksia vastaan. Vakuuden arvon määrittelee aina lainanantaja markkinatilanteen mukaan. Esimerkiksi asunto-osakkeen vakuusarvo on yleensä enintään 70 prosenttia asunnon markkinahinnasta. (Holopainen 2013, 166.)

Lainasta pitää maksaa myös korkoa. Holopaisen (2013, 167) mukaan yleisimpiä viitekorjoja ovat euribor- ja pankkien omat prime-viitekorot. Euribor (Euro Interbank Offered Rate) on euroalueen rahamarkkinoiden viitekorko, joka perustuu kansainvälisillä rahamarkkinoilla pankkien välisiin antolainauskorkoihin. Prime-korko on pankin itsensä mää-

räämä viitekorko, joka toimii markkinoiden ehdoilla. Sitä sovelletaan lainoihin ja talletuksiin. (Holopainen 2013, 167.)

#### **5.8.4 Finnvera**

Finnvera on valtion omistama erityisrahoittaja, jonka toimintaa ohjaavat sitä koskeva erityislainsäädäntö ja valtion asettamat elinkeino- ja omistajapoliittiset tavoitteet. Toiminnan tavoitteina ovat muun muassa aloittavan yritystoiminnan lisääminen, pk-yritysten muutostilanteiden rahoituksen mahdollistaminen ja yritysten kasvun, kansainvälistymisen ja viennin edistäminen. Finnvera vahvistaa lainoilla, takauksilla, pääomasijoituksilla ja vientita-kuilla suomalaisten yritysten toimintaedellytyksiä ja kilpailukykyä. (Finnvera.)

Finnvera mahdollistaa kokonaisrahoitusratkaisuja, jotka koostuvat konsernin omista tuotteista sekä muiden julkisten ja yksityisten rahoittajien palvelutarjonnasta. Finnvera tarjoaa rahoitusta yritystoiminnan alkuun, kasvuun ja kansainvälistymiseen sekä viennin riskeiltä suojautumiseen. Konserni etsii asiakkaiskseen muutostilanteissa olevia yrityksiä, jotka ovat kannattavia ja joilla on edellytykset menestyä. Finnvera jakaa rahoitukseen sisältyvää riskiä muiden rahoittajien kanssa. Jos aloittavalla yrityksellä on vaikeuksia saada rahoitusta kaupallisilta tahoilta vakuusvajeensa tai omien resurssien niukkuuden vuoksi, voi Finnvera myöntää takauksen osavakuudeksi pankille. Tämä edellyttää, että yrityksellä on hyvä liikeidea ja edellytykset kannattavaan liiketoimintaan. Finnvera voi myös täydentää aloittavan yrityksen rahoitusta lainalla, jonka myöntämisen edellytyksenä voi vakuudeksi tai vastavakuudeksi olla yrityskiinnityksiä, kiinnityksiä yrityksen omistamaan kiinteistöön tai vuokraoikeuskiinnitys. Haettavat kiinteistö-, vuokraoikeus- ja yrityskiinnitykset jaetaan rahoittajaosapuolten kanssa. Eräissä tapauksissa rahoitus voidaan myöntää myös ilman vakuuksia. (Finnvera.)

#### **5.8.5 Leasing- ja investointirahoitussopimus**

Yrityksen kone- ja laitehankintojen rahoittamisen on mahdollista tehdä myös rahoitusyhtiöiden kautta. Leasing-rahoitus on koneen tai laitteen pitkäaikaista vuokrausta. Investointirahoitussopimus on osamaksusopimus, jossa kaupan kohteena oleva kone tai laite siirtyy

yrityksen omaisuudeksi. Yleensä kaupan kohde toimii rahoitusyhtiön luoton vakuutena. (Holopainen 2013, 167.)

## **5.9 Perustamisasiakirjat**

Yksityinen elinkeinonharjoittaja tarvitsee yrityksen perustamiseen perustamisilmoituksen sekä Y-tunnuksen. Pelkkä perustamisilmoitus riittää, koska toimintani ei ole luvanvaraista.

### **5.9.1 Perustamisilmoitus**

Perustamisilmoitus on tehtävä kaupparekisteriin, jos yrittäjä harjoittaa luvanvaraista elinkeinoa, elinkeinotoimintaa varten on pysyvä omasta asunnosta erillinen liiketila tai jos palveluksessa on muita henkilöitä kuin yrittäjän aviopuoliso tai alaikäinen tai muuten hoidonalaan lapsi tai lapsenlapsi. Käsittelymaksu on 105 euroa. (Patentti- ja rekisterihallitus.)

Perustamisilmoituksella elinkeinonharjoittaja voi myös ilmoittautua arvonlisävelvollisten rekisteriin, ennakkoperintärekisteriin, työnantajarekisteriin, verohallinnon vakuutusmaksuverovelvollisten rekisteriin sekä kaupparekisteriin, jos liittää mukaan kuitenkin kaupparekisterin käsittelymaksusta. Ilmoituksella voi hakea myös yritys- ja yhteisötunnusta. Ilmoitus tehdään Patentti- ja rekisterihallituksen internetsivuilta löytyvältä Y3-lomakkeella, johon tulee yrityksen nimi ja kotipaikka, muut mahdolliset toiminimet, elinkeinonharjoittajan henkilötiedot, yrityksen yhteystiedot, tilikausi, kaupparekisteriin ilmoitettava toimiala, verohallintoon ilmoitettava päätoimiala sekä verohallinnolle ilmoituksesta lisätietoja antava henkilö tai yritys kuten tilitoimisto ja kaupparekisterille ilmoituksesta lisätietoja antava henkilö tai yritys kuten asiamies. Lisäksi ilmoitukseen tulee päiväys ja allekirjoitus. (Patentti- ja rekisterihallitus.)

Ilmoitukset käsitellään saapumisjärjestyksessä ja tästä poiketaan vain tärkeän syyn perusteella. Nopein tapa on ilmoituksen lähettäminen postitse. Uuden yrityksen perustamisilmoituksen käsittely kestää noin kymmenen päivää (käsittelyennuste tammikuulle 2013).

Käsittelyajalla tarkoitetaan aikaa, joka kuluu ilmoituksen tai hakemuksen saapumisesta ensimmäiseen asiakkaalle annettavaan päätökseen, joka voi olla ilmoituksen rekisteröinti, kirjallinen välipäätös tai puhelinyhteydenotto. (Patentti- ja rekisterihallitus.)

### 5.9.2 Y-tunnus

Y-tunnus eli yritys- ja yhteisötunnus on viranomaisten yrityksille ja yhteisölle antama tunnus, joka korvaa ennen käytössä olleen kaupparekisterinumeron, säätiörekisterinumeron ja LY-tunnuksen. Tunnuksessa on seitsemän numeroa, väliviiva ja tarkistusmerkki eli se on muotoa 1234567-8 ja se yksilöi yrityksen. Y-tunnuksesta ei voi päätellä, onko yritystä rekisteröity, vaan tieto pitää aina erikseen tarkistaa Patentti- ja rekisterihallituksen tietopalvelusta tai rekisteriviranomaisilta. (Patentti- ja rekisterihallitus.)

Y-tunnusta käytetään veroviranomaisten kanssa asioidessa, jolloin yrityksen ilmoitukset, suoritettut verot ja veronpalautukset ohjautuvat oikealle asiakkaalle. Myös kirjeissä ja lomakkeissa, kuten tilaus-, tarjous ja laskulomakkeissa käytetään Y-tunnusta. (Holopainen 2009, 76–77.)

Y-tunnuksen saa heti, kun yrityksen jättämä perustamisilmoitus kirjataan yritys- ja yhteisötietojärjestelmään. Tunnuksen saa selville noin kahden työpäivän kuluttua ilmoituksen jättämisestä Patentti- ja rekisterihallituksen internetsivujen tietopalvelusta tai rekisteriviranomaisilta. (Patentti- ja rekisterihallitus.)



## 6 YHTEENVETO JA POHDINTA

Opinnäytetyön tekeminen oli haasteellista ja antoisaa. Pyrin käyttämään työssäni monipuolisesti eri lähteitä. Aiheeseen liittyvää kirjallisuutta löytyi paljon ja valintakriteerinä oli lähteen tuoreus, asiantuntevuus ja luotettavuus. Kun on kyse oman yrityksen perustamisesta, paneutuu työhön suurella intensiivisyydellä.

Opinnäytetyöni teoriaosuus jakaantui yrittäjyyteen, yrittäjän motivaatioon ja jaksamiseen, yrityksen perustamiseen prosessina sekä liiketoimintasuunnitelman tekoon. Teoriaosuuden rinnalla esitin omia ajatuksiani ja pohdintojani yritystoimintani suhteen.

Yrittäjyyden tutkiminen antoi minulle kuvan siitä millainen yrittäjän tulisi olla. Motivaation merkitys yrittäjyydessä on suuri, joten käsittelin sitä laajemmin eri teorioiden kautta. Teoriat herättivät paljon ajatuksia omaa yritystoimintaani kohtaan. Yritystoimintani idea ja lähtökohta on motivaation syntymisen ja ylläpysymisen kannalta mitä parhain, sillä serigrafian tekeminen on minulle suorastaan intohimo. Koen olevani erittäin motivoitunut ja innostunut alkavan liiketoiminnan suunnittelusta ja käynnistämisestä tiedostaen samalla yritystoiminnan haasteet ja riskit niin motivaation kannalta kuin muutenkin.

Lisäksi olen saanut arvokasta tietoa yritystoiminnasta tradenomiopintojeni aikana. Tekeillä aiheesta opinnäytetyön sain vielä lisätietoa yrityksen perustamisesta ja liiketoimintasuunnitelman teosta. Tietoni voin tuoda hyvin käytäntöön niin yrityksen perustamisvaiheessa kuin jatkossakin. Yritystoimintani edetessä myös jatkuva koulutus niin yrittäjänä kuin taiteilijana korostuu. Jatkan itseni kouluttamista erilaisilla yrittäjä- ja taidekursseilla. Myös tapaamiset eri yrittäjien ja taiteilijoiden kanssa tuovat arvokkaan lisän menestymiseeni alalla.

Taloudelliset lähtökohtani yritystoiminnalle ovat hyvät. Minulla on oma toimitila yritystoiminnalle sekä kalustoa ja laitteistoa. Vuosien mittaan tehdyt serigrafiat luovat hyvän pohjan tuotevalikoimaan. Tuotteeni ovat herättäneet paljon kiinnostusta ja olen tehnyt myös pienimuotoista liiketoimintaa, joten minulta löytyy alustava asiakasrekisteri tulevaa yritystäni varten. Tekemäni yrittäjätestit vahvistivat käsitystäni onnistua ja menestyä yrittäjänä.

Yrityksen perustamisprosessissa kävin läpi kaikki ne toimenpiteet, mitä yksityisen liikkeenharjoittajan tulee ottaa huomioon yritystä perustaessaan. Verotusta tarkastelin tarkemmin, koska se on tärkeä osa juridista liiketoimintaa. Rahoitus jäi vähemmälle pohdiskelulle, sillä yritykseni perustaminen ei vaadi vierasta pääomaa. Aloitan yritystoimintani sivutoimisena yrittäjänä, joten starttirahaakaan en voi anoa. Otin sen kuitenkin tarkasteluun, jos esimerkiksi työtilanteeni muuttuu ja toimintani alkaisi heti päätoimisena. Yritystoimintani kasvattamisen pyrin myös tekemään ilman vierasta pääomaa. Rahoitus- ja kannattavuuslaskelmat antoivat minulle uskoa tulevan yritykseni menestymismahdollisuuksiin. Laskelmista on myös hyötyä, jos vastoin tämän hetkistä tilannetta joudun turvautumaan vieraaseen pääomaan.

Rekrytoinnin rajasin määräaikaisen työvoiman hankintaan, sillä taloudelliset resurssini ovat riittämättömät vakituisen henkilökunnan palkkaamiseen. Vaikka tarkoitukseni on aloittaa yritystoiminta yksin, voi toiminnan kasvaessa tulla tarve solmia määräaikaisia työsuhteita. Tällöin korostuu työntekijän motivaatio, jota tarkastelin kappaleessa henkilöstökilpailukeinona. Näin ollen oli perusteltua ottaa rekrytointi ja työntekijän motivointi käsitteeseen työssäni.

Tarkastelin myös tuotetta, hintaa ja asiakaspalvelua kilpailukeinoina. Laatu nousi tärkeimmäksi osatekijäksi niin tuotteen kuin asiakaspalvelunkin kohdalla. Hyvät raaka-aineet ovat edellytys laadukkaille tuotteille. Asiakaspalvelussa kohtelen asiakastani aina yksilönä, jonka henkilökohtaiset tarpeet, odotukset ja toiveet on otettava huomioon. Suuri osa myyntitoiminnastani tapahtuu henkilökohtaisen myyntityön sekä verkkokaupan kautta. Verkkokaupan osalta tekninen ylläpito ulkoistetaan, joten verkkokaupan käsittely jäi työssäni aika suppeaksi.

Tämän opinnäytetyön yhteyteen en liittänyt markkinointitutkimusta. Tutkimus on silti syytä tehdä myöhemmin, vaikka minulla onkin hyvä tietämys tämän hetkisestä markkinatilanteesta.

Kehittämistehtävänä oli laatia yritykseni liiketoimintasuunnitelma. Taulukossa 4 on tiivistelmä yritykseni liiketoimintasuunnitelmasta. Se pohjautuu tämän hetkisiin tietoihini ja markkinatilanteeseen ja voi muuttua paljonkin ennen yritystoiminnan aloittamista. Liike-

toimintasuunnitelmaa pitää muutenkin päivittää liiketoiminnan edetessä, jotta kilpailukyky säilyy ja suunnitelma vastaa tulevaisuuden haasteita. Tästä on kuitenkin hyvä aloittaa menestyvä liiketoiminta.

TAULUKKO 4. Toiminimi Janne Kosken liiketoimintasuunnitelma

Yritysmuoto	Yksityinen elinkeinonharjoittaja.
Toiminta-ajatus	Itse valmistamiini serigrafioiden myyminen omasta myymälästä ja verkkokaupasta sekä serigrafiakurssien vetäminen. Ydintuotteina laadukkaat taulut, kortit ja tekstiilit. Kohderyhmänä 30 vuotta täyttäneet taiteenystävät ja lapsiperheet.
Strategia	Erilaisten tuotteiden ja palveluiden hyödyntäminen serigrafian avulla.
Missio	<i>Kauneutta kotiin, tunnelmaa tilaan, grafiikkaa käyttöön ja elämän merkkipaalujen muistoksi</i> – yksilöllisten serigrafioiden suunnittelu ja toteutus sekä kurssitoiminnan järjestäminen taiteenystävälle ja kuluttajille.
Visio	Jatkuvaa näyttelytoimintaa Suomessa ja ulkomailla. Arvostuksen nostattaminen taiteilijana. Jatkuva liikevaihdon ja kysynnän kasvattaminen.
Tuote	Ydintuotteena ovat taulut, kortit ja tekstiilit.
Palvelu	Ydinpalveluna on serigrafian kurssimuotoinen opetus.
Hinnoittelu	Hinnoittelu on kustannus- ja aikaperusteista, jossa taiteilijan arvostus on otettu huomioon. Tavoitteena on kannattava ja kilpailukykyinen hinta. Myös hinnan paketoitua käytetään.
Saatavuus	Yrityksellä on hieman syrjäinen sijainti muihin yrityksiin verrattuna.
Palveluympäristö	Palveluympäristöön vaikutetaan myymälän viihtyvyydellä ja idyllisellä pihapiirillä.
Henkilöstö	Olen ainoa henkilö yrityksessäni. Itsensä motivointi ja koulutus on tärkeää.
Rekrytointi	Tarvittaessa rekrytoidaan määräaikaista työvoimaa.
Logistiikka	Raaka-aineet ja tekstiilit ostetaan maahantuojilta. Varastointi omissa tiloissa. Kuljetukset omalla autolla sekä Itellan ja Matkahuollon palveluja käyttäen.
Mainonta	Mainonnassa käytetään hyväksi sosiaalista mediaa ja suoramainontaa.
Myyntityö	Myyntityö tapahtuu pääsääntöisesti henkilökohtaisen myyntityön ja verkkokaupan kautta.
Myynninedistäminen	Taidenäyttelytoiminta niin yksityisesti kuin yhteisnäyttelyiden muodossa.
Suhde- ja tiedotustoiminta	Lehti- ja radiojutut yrityksestä.

(jatkuu)

## TAULUKKO 4. (jatkuu)

Sosiaalinen media	Facebook-sivut ja blogi, joita ylläpidän ja kehitän aktiivisesti.
Verkkokauppa	Suomen Valmispalvelut Oy:n kautta ylläpidän ja kehitän verkkokauppaa aktiivisesti.
Riskien hallinta	Riittävä ajankäyttö tuotantoon, myyntiin ja markkinointiin. Kirjanpito ulkoistetaan. Verkkokaupan tekninen ylläpito ulkoistetaan.
Kilpailijat	Lähialueen muut taiteilijat, sisustusliikkeet ja tekstiilejä myyvät yritykset sekä verkkokaupat.
Kilpailutilanne	Lähialueilla myyviä taiteilijoita suhteellisen vähän. Sisustusliikkeitä ja tekstiiliyrityksiä paljon.
Verkostoituminen	Toiset taiteilijat, galleristit ja jälleenmyyjät.
Rahoitus	Oma pääoma, ei vierasta pääomaa.

Opinnäytetyön aikana opin paljon uusia asioita yrityksen perustamisesta ja liiketoimintasuunnitelman teosta. Oli yllättävää huomata, kuinka monta eri asiaa on otettava huomioon rakennettaessa toimivaa ja realistista liiketoimintasuunnitelmaa. Suunnitelmasta jäi varmasti joitakin osa-alueita pois, mutta niitä voidaan lisätä siihen kokemuksen karttuessa.

Menestyksen eteen on tehtävä paljon töitä niin tuotekehittelyn kuin markkinoinnin suhteen. Opinnäytetyöni osoitti, että yrityksen perustaminen edustamani taidemuodon yhteyteen on realistinen ja kannattava valinta. Vuonna 2000 tehdessäni Ylivieskan kansalaisopiston serigrafiakurssilla ensimmäistä työtäni *The treasure is somewhere over the rainbow*, en arvannut, että minulla olisi vielä jonakin päivänä aarteidenani oma serigrafia-alan yritys.

## LÄHTEET

Aarnikoivu, H. 2011. Aidosti hyödyllinen kehityskeskustelu. Helsinki: Kauppakamari.

Ammatinharjoittajien ja yrittäjien työttömyyskassa. Www-dokumentti. Saatavissa: <http://www.ayt.fi/>. Luettu: 19.2.2013.

Arvonlisäverolaki 29.6.2012/399.

Bergström, S. & Leppänen, A. 2011. Yrityksen asiakasmarkkinointi. 13.-14. painos. Helsinki: Edita.

Elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskus. Www-dokumentti. Saatavissa <http://www.tekeskus.fi/Public/?nodeid=11552&area=7644&lang=1>. Luettu: 20.1.2013.

Finnvera. Www-dokumentti. Saatavissa: <http://www.finnvera.fi/>. Luettu 30.1.2013.

Forssel, J. & Laurila, E. 2007. Hyvät mediasuhteet. Myytit, todellisuus ja parhaat käytännöt. Helsinki: WSOYpro.

Hokkanen, S., Mäkelä, T. & Taatila, V. 2008. Alan johtajaksi. Helsinki: WSOY.

Holopainen, T. 2009. Establishing and doing business in Finland. 5., uudistettu painos. Helsinki: Edita

Holopainen, T. 2013. Yrityksen perustamisopas. Käytännön perustamistoimet. 22., uudistettu painos. Espoo: Asiatieto.

Holopainen, T & Levonen, A.-L. 2008. Yrityksen perustajan opas. Silta yrittäjyyteen. 14., uudistettu painos. Helsinki: Edita.

Iloniemi, M. 2009a. Älä unohda itseäsi, yrittäjä! Teoksessa Iloniemi, M., Järvensuu, P., Kyläkallio, K., Parantainen, J. & Siikavuo, J. Uuden yrittäjän käsikirja. Helsinki: Talentum, 387–393.

Iloniemi, M. 2009b. Yritys pystyy! Teoksessa Iloniemi, M., Järvensuu, P., Kyläkallio, K., Parantainen, J. & Siikavuo, J. Uuden yrittäjän käsikirja. Helsinki: Talentum, 49–54.

Immonen, I., Kallio, J., Koskinen, J. & Rajamäki, M. Johda riskejä. Käytännön opas yrityksen riskienhallintaan. Helsinki: Finanssi- ja vakuutuskustannus Finva.

Juslén, J. 2009. Netti mullistaa markkinoinnin. Hyödynnä uudet mahdollisuudet. Helsinki: Talentum.

Juslén, J. 2013. Facebook mainonta. Miten tavoitat 2 miljoonaa suomalaista 10 minuutissa. Lahela: Akatemia 24/7.

- Järvensivu, P. 2009. Johtamisen kymmenottelu. Teoksessa Iloniemi, M., Järvensuu, P., Kyläkallio, K., Parantainen, J. & Siikavuo, J. Uuden yrittäjän käsikirja. Helsinki: Talentum, 226–243.
- Kanerva, R. & Koskela, M. 1979. Silkkipaino Serigrafia. Jyväskylä: Luova Grafiikka ry.
- Kortesuo, K. & Kurvinen J. 2011. Blogimarkkinointi. Blogilla mainetta ja mammonaa. Helsinki: Talentum.
- Koski, T. 2012. Pk-yrityksen strateginen talousjohtaminen. Helsinki: Kauppakamari.
- Kotler, P & Armstrong, G. 2012. Principles of marketing. 14. painos. Boston: Pearson Prentice Hal.
- Kotler, P., Kartajaya, H. & Setiawan, I. 2010. Marketing 3.0. From Products to Customers to the Human Spirit. Hoboken: John Wiley & Sons.
- Kukkonen, M. & Walden, R. 2011. Pk-yrityksen verosuunnittelu. Helsinki: WSOYpro.
- Kyläkallio, K. 2009. Yritys pystyy. Teoksessa Iloniemi, M., Järvensuu, P., Kyläkallio, K., Parantainen, J. & Siikavuo, J. Uuden yrittäjän käsikirja. Helsinki: Talentum, 65–149.
- Lahtinen, J. & Isoviita, A. 2001. Asiakaspalvelun ja markkinoinnin perusteet. Jyväskylä: Gummerus.
- Lahtinen, K. 2013. Verkkokaupan käsikirja. Suomen Yrityskirjat.
- Luottokunta. Www-dokumentti. <http://www.luottokunta.fi/>. Luettu 22.4.2013.
- Lämsä, A. & Päivike, T. 2010. Organisaatiokäyttötymisen perusteet. Helsinki: Edita.
- Meretniemi, I. 2012. Esimiehen opas kehityskeskusteluihin. Helsinki: Talentum.
- Parantainen, J. 2007. Tuotteistaminen. Rakenna palvelusta tuote 10 päivässä. 2. painos. Helsinki: Talentum.
- Passila, E. 2009. Tehokas liiketoiminnan johtaminen. Lahti: Fopco.
- Patentti- ja rekisterihallitus. Www-dokumentti. Saatavissa: <http://www.prh.fi/>. Luettu: 25.1.2013.
- Pyykkö, M. 2011. Minustako yrittäjä? Helsinki: WSOYpro.
- Raatikainen, L. 2012. Liikeideasta liikkeelle. 9., uudistettu painos. Helsinki: Edita.
- Rope, T. 2003. Onnistu myynnissä. Helsinki: WSOY.
- Suomen Valmispalvelut Oy. Www-dokumentti. Saatavilla: <http://valmiskauppa.fi/>. Luettu 20.4. 2013.

Tilastokeskus. Www-dokumentti. Saatavilla: <http://www.stat.fi/index.html>. Luettu 26.1.2013.

Työ- ja elinkeinotoimisto. Www-dokumentti. Saatavilla: [http://www.mol.fi/mol/fi/04\\_yrittaminen/index.jsp](http://www.mol.fi/mol/fi/04_yrittaminen/index.jsp). Luettu: 20.1.2013.

Valkokari, K., Valjakka, T. & Korhonen, H. 2009. Verkostot liiketoiminnan uudistamisessa. Teoksessa K. Valkokari, R. Hyötyläinen, H. Kulmala, P. Malinen, K. Möller & J. Vesalainen (toim.) Verkostot liiketoiminnan kehittämisessä. Helsinki: WSOYpro, 115–131.

Vehmas, S. 2008. Perusta menestyvä verkkokauppa. Jyväskylä: WSOYpro.

Verohallinto. Www-dokumentti. Saatavilla: <http://www.vero.fi/fi-FI>. Luettu 18.4.2013.

Viitala, R. 2004. Henkilöstöjohtaminen. Helsinki: Edita.

Viitala, R. & Jylhä, E. 2011. Liiketoimintaosaaminen. Menestyvän yritystoiminnan perusta. 1.-5. painos. Helsinki: Edita.

Vuokko, P. 2003. Markkinointiviestintä. Merkitys, vaikutus ja keinot. Helsinki: WSOY.

Yrittäjyyskatsaus 2012. Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisuja. Työ ja yrittäjyys, 46/2012. Helsinki: Edita.

Yrittäjäläkelaki 21.12.2010/1190. Www dokumentti. Saatavilla:

Yritys-Suomi. Www-dokumentti. Saatavilla: <http://www.yrityssuomi.fi>. Luettu 20.2.2013.